

**KREATIVITAS WIRAUSAHA DALAM UPAYA MENINGKATKAN  
PEMASARAN DITINJAU DARI EKONOMI ISLAM  
(Studi Kasus Usaha Stainles Steel di Anugrah Mitra Mandiri Pekanbaru)**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Melengkapi Sebagian Syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Islam (SE. Sy)



**NURLELY KHAIRANI S  
NIM. 10925007491**

**PROGRAM SI  
JURUSAN EKONOMI ISLAM**

**FAKULTAS SYARIAH DAN ILMU HUKUM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
2013**

## ABSTRAK

Skripsi ini berjudul : **“Kreativitas Wirausaha Dalam Upaya Meningkatkan Pemasaran Ditinjau dari Ekonomi Islam (Studi Kasus Usaha Stainles Steel di Anugrah Mitra Mandiri Pekanbaru).”**

Penelitian ini dilatar belakangi oleh penulis mengenai perkembangan Usaha Stainles Steel di Anugrah Mitra Mandiri Pekanbaru. Sekarang ini usaha yang bekerja di bidang usaha stainles steel sangat langka dikarenakan dalam proses pembuatannya yang sulit, juga membutuhkan kreativitas yang baik dalam menciptakan suatu kreasi. Pemasaran juga mempunyai peranan yang penting terhadap keberhasilan suatu usaha. Oleh karena itu, seorang wirausaha dalam mengembangkan usahanya harus memiliki kreativitas sehingga mampu menghasilkan produk-produk yang sesuai dengan keinginan konsumen dipasaran.

Penelitian ini dilakukan di Jalan Arcis No. 100 RT 3/RW 4 Kelurahan Delima Kecamatan Tampan Pekanbaru Provinsi Riau. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Kreativitas Wirausaha Dalam Mendapatkan Peluang Pemasaran Produk Stainles Steel di Anugrah Mitra Mandiri Pekanbaru, Faktor Pendukung dan Faktor Penghambat Usaha Stainles Steel di Anugrah Mitra Mandiri Pekanbaru, Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Kreativitas Produk Wirausaha Dalam Upaya Meningkatkan Pemasaran pada usaha stainles steel di di Anugrah Mitra Mandiri Pekanbaru.

Untuk memperoleh data dalam penelitian ini penulis menggunakan metode deduktif, induktif, dan deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Subjek penelitian adalah pemilik dan karyawan sedangkan objeknya Kreativitas Wirausaha dalam upaya meningkatkan pemasaran di Tinjau dari Ekonomi Islam.

Berdasarkan penelitian, usaha stainles steel di Anugrah Mitra Mandiri Pekanbaru dalam mendapatkan peluang pemasaran produk pemilik usaha telah menerapkan prinsip bauran pemasaran dalam bentuk produk yang dihasilkan bervariasi jenisnya. Harga yang diterapkan dengan cara menjumlahkan keseluruhan biaya mulai dari biaya dasar bahan baku sampai ke biaya

operasionalnya. Kemudian melihat kondisi pasar dengan saluran distribusi meliputi daerah Riau dan Sumatera Barat serta mempromosikan produknya dengan cara yang sederhana yaitu door to door, kartu nama dan lain-lain. Hal ini dapat dilihat dari volume penjualan yang terus meningkat setiap tahunnya. Usaha stainless steel Anugrah Mitra Mandiri tidak bertentangan dengan prinsip ekonomi Islam yang mana penjagaan produk yang berkualitas model-model produk, harga, pelayanan dan promosi. Promosi dilakukan dengan menawarkan produk secara langsung kepada masyarakat sehingga tidak ada unsur penipuan.

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kehadiran Allah SWT atas berkat dan rahmatnya senantiasa memberikan kesehatan dan mencurahkan kasih sayang untuk dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul:” Kreativitas Wirausaha Dalam Upaya Meningkatkan Pemasaran Ditinjau dari Ekonomi Islam ( Studi Kasus Usaha Stainles Steel di Anugrah Mitra Mandiri Pekanbaru)”. Tanpa hidayah dan taufiqnya tidak mungkin skripsi ini dapat terselesaikan seperti saat sekarang ini.

Shalawat dan salam kehadiran junjungan alam nabi muhammad SAW yang telah menegakkan tauhid serta membimbing umatnya kejalan yang penuh cahaya dan semoga kita termasuk kaum yang mendapatkan syafaat di hari akhir nanti. Amin.

Dalam penyelesaian skripsi ini penulis telah berusaha semaksimal mungkin untuk dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini sebaik-baiknya namun penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun untuk kesempurnaan skripsi ini. Tanpa bantuan dan motivasi dari semua pihak, skripsi ini tidak dapat penulis selesaikan sebagaimana mestinya. Oleh karena itu penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Ayahanda Khairuddin Siregar dan Ibunda Sugiarti Serta adik-adikku Saddam Hussein Siregar dan Rizkia Cintamy Siregar yang telah memberikan motivasi dan dorongan kepada penulis baik secara moril, materil dan senantiasa mendoakan demi meraih keberhasilan kepada

penulis sehingga dapat menyelesaikan studi pada Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum UIN SUSKA RIAU.

2. Bapak Prof. Dr.H.M. Nazir Karim, MA selaku Rektor UIN SUSKA RIAU dan jajaran aktivitas akademik UIN SUSKA RIAU.
3. Dekan Fakultas Syari'ah dan Ilmu Hukum Bapak Dr. H. Akbarizan, MA,M.Pd, serta Pembantu Dekan I,II dan III.
4. Ketua Jurusan Bapak Mawardi S.Ag. Msi dan Sekretaris Jurusan Bapak Darmawan Tia Indraajaya, M.Ag
5. Bapak Drs. Suhayib, MA selaku pembimbing yang telah memberikan petunjuk, arahan dan bimbingan sehingga skripsi ini dapat penulis selesaikan.
6. Penasehat Akademik penulis Bapak Haswir M.Ag juga sebagai orang tua yang selalu memberikan nasehat kepada penulis.
7. Bapak dan ibu dosen Fakultas Syari'ah dan Ilmu Hukum yang telah memberikan ilmu serta pengetahuan yang bermanfaat kepada penulis.
8. Kepala Perpustakaan UIN SUSKA RIAU.
9. Seluruh Karyawan Karyawati Fakultas Syari'ah dan Ilmu Hukum yang telah memfasilitasi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Bapak Efendi Jafri selaku pemilik usaha Stainles Steel di Anugrah Mitra Mandiri Pekanbaru yang telah memberikan izin kepada penulis untuk mengadakan penelitian serta para karyawan yang telah membantu kelancaran pelaksanaan penelitian dalam memberi informasi kepada penulis butuhkan dalam menyelesaikan skripsi ini.

11. Teman-teman Mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam Angkatan 2009 lokal EI4. Khususnya untuk sahabat penulis Armansyah, Yuli Fauziah, Een Putri Masyuri, Desliani, Neti dan Titik Ismiati yang saling memberi motivasi dan dukungan serta teman-teman yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang turut membantu serta memberikan dukungan yang tidak ternilai harganya sehingga skripsi ini dapat penulis selesaikan.

Semoga atas segala bantuan yang diberikan menjadi amal sholeh serta mendapat balasan dari Allah SWT. Harapan skripsi penulis semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi pembaca umumnya. Serta memberikan sumbangan pikiran dalam pembangunan unia pendidikan.

Akhirnya kepada Allah SWT penulis berserah diri dan kepada sesama manusia penulis mohon maaf dan semoga apa yang kita kerjakan mendapat keridhoan dari Allah SWT. Amin ya Robbal' alamin.

Pekanbaru, Juni 2013

NURLELY KHAIRANI S.  
NIM. 10925007491

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b>	
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b>	
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>BAB I      PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Batasan Masalah.....	7
C. Rumusan Masalah .....	7
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	8
E. Metode Penelitian.....	9
F. Sistematika Penulisan .....	11
<b>BAB II      GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN</b>	
A. Letak Geografis Daerah .....	13
B. Sejarah Singkat Usaha Stainles Steel Anugrah Mitra Mandiri.....	14
C. Lokasi Usaha Stainles Steel Anugrah Mitra Mandiri .....	16
D. Tujuan Mendirikan Usaha Stainles Steel Anugrah Mitra Mandiri.....	16
E. Struktur Organisasi Usaha Stainles Steel Anugrah Mitra Mandiri.....	17
F. Visi dan Misi Usaha Stainles Steel Anugrah Mitra Mandiri..	19
G. Jenis Produk Stainles Steel Anugrah Mitra Mandiri.....	19
<b>BAB III    TINJAUAN TEORITIS</b>	
A. Kreativitas Wirausaha .....	20
1. Pengertian kreativitas wirausaha.....	20
2. Sumber kreativitas.....	21
3. Berfikir kreatif dalam kewirausahaan .....	24
B. Wirausahaan .....	25
1. pengertian kewirausahaan .....	25
2. Ciri –ciri wirausaha .....	26
3. Manfaat wirausaha .....	29
4. berwirausaha menurut pandangan islam .....	30

C. Pemasaran .....	31
1. Pengertian pemasaran .....	31
2. Konsep kegiatan pemasaran.....	32
3. Bauran Pemasaran.....	39
4. Pemasaran Menurut Pandangan Islam .....	43
 <b>BAB IV   HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Kreativitas Wirausaha Dalam Mendapatkan Peluang Pemasaran Produk Stainles Steel di Anugrah Mitra Mandiri Pekanbaru .....	48
B. Faktor Pendukung dan Faktor Penghambat Usaha Stainles Steel di Anugrah Mitra Mandiri Pekanbaru .....	60
C. Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Kreativitas Produk Wirausaha Dalam Upaya Meningkatkan Pemasaran Pada Usaha Stainles Steel Di Anugrah Mitra Mandiri Pekanbaru.....	63
 <b>BAB V   KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
A. Kesimpulan .....	72
B. Saran.....	73
 <b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	
<b>BIOGRAFI PENULIS</b>	



## DAFTAR TABEL

Tabel II.1 : Luas Wilayah Kecamatan tampan berdasarkan kelurahan.....	13
Tabel II.2 : Jarak Kecamatan Tampan Dengan kelurahan .....	14
Tabel III.1 : Ikhtisar Siklus Hidup Produk .....	35
Tabel IV.1 : Jenis Desain Produk .....	50
Tabel IV.2 : Harga Yang di Tawarkan .....	55
Tabel IV.3 : Omzet Penjualan produk stainles steel di Anugrah Mitra Mandiri Per Unit .....	59

## DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1	: Struktur Organisasi Usaha Stainless Steel Anugrah Mitra Mandiri .....	17
Gambar III.1	: Konsep Kegiatan Pemasaran.....	32
Gambar III.2	: Siklus Usaha Produk .....	34
Gambar IV.1	: Volume Penjualan dari Tahun ke Tahun.....	60

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Perkembangan perekonomian Indonesia merupakan salah satu aspek pembangunan yang harus merata mencapai pedesaan dan perkotaan. Karena perkembangan perekonomian merupakan bukti komitmen pemerintah terhadap tujuan pembangunan. Industri kreatif tengah menjadi topik utama dalam dunia industri, berbagai kebijakan telah dilakukan pemerintah Indonesia dalam mewujudkan industri kreatif yang bertujuan untuk mengurangi angka pengangguran. Konsep pengembangan ekonomi kreatif oleh pemerintah telah mendapatkan respon positif di beberapa daerah di Indonesia.

Di dalam setiap usaha kecil maupun besar faktor pembangunan dalam bidang ekonomi merupakan kunci keberhasilan dalam pencapaian tujuan yang diinginkan oleh suatu negara, dalam pencapaian tujuan tersebut peranan masyarakat yang berjiwa wirausaha merupakan aset penting dari pada sumber daya yang lainnya karena diperlukan manusia yang mempunyai sumber daya yang handal dan perlu mendapatkan perhatian khusus dari perusahaan. Bisnis modern tidak mungkin dapat hidup dan berkembang bila tidak di tunjang oleh kemampuan menciptakan sesuatu yang baru setiap harinya.

Fenomena yang terjadi saat ini banyak perusahaan-perusahaan yang gulung tikar karena ketidak mampuan dalam bersaing dan menentukan strategi-strategi bersaing dalam waktu yang akan datang, termasuk dalam hal melakukan

penilaian terhadap kinerja pemasaran. Kondisi ini merupakan ancaman bagi perusahaan yang belum siap bermain dalam dunia bisnis, di sisi lain bagi perusahaan yang sudah siap menghadapi persaingan pasar tentu memiliki strategi pemasaran yang diandalkan. Dari kondisi ini jiwa kewirausahaan sangat diperlukan dalam kehidupan era global yang penuh persaingan ketat dimana dalam persaingan tersebut diperlukan sikap-sikap: ulet, tangguh, kreatif, inovatif, dinamis, produktif, kerja keras, efisien, disiplin, mampu menciptakan peluang baru, berani mengambil keputusan yang tepat untuk memperkecil resiko, jujur dan terpercaya.<sup>1</sup>

Islam sebagai agama Allah yang sempurna memberikan petunjuk kepada manusia tentang bidang usaha yang halal, cara berusaha, dan bagaimana manusia harus mengatur hubungan kerja dengan sesama mereka supaya memberikan manfaat yang baik untuk kepentingan bersama. Islam juga mendorong penganutnya berjuang untuk mendapatkan materi atau harta dengan berbagai cara, asalkan mengikuti rambu-rambu yang telah ditetapkan. Rambu-rambu tersebut di antaranya: carilah yang halal lagi baik, tidak menggunakan cara batil, tidak berlebih-lebihan, tidak dizhalimi maupun menzhalimi, menjauhi dari unsur riba, maisir (perjudian), gharar (ketidakjelasan dan manipulasi), serta tidak melupakan tanggung jawab sosial berupa zakat, infak, dan sedekah.<sup>2</sup>

Di dalam sebuah ayat Allah SWT berfirman yang terdapat didalam Q.S. At-Taubah ayat 105 berbunyi :

---

<sup>1</sup> Adi Sutanto, *Kewiraswastaan*, (Malang: PT. Ghalia Indonesia, 2000), h. 12.

<sup>2</sup> Muhammad Syafi'I Antonio, *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktik*, (Jakarta: Gema Insani, 2001), h. 12.



Artinya : *Dan Katakanlah : “Bekerjalah kamu, Maka Allah dan rasul-Nya serta orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu itu.*

Maksud dari ayat di atas adalah memberikan isyarat kepada manusia agar bekerja keras dan hidup mandiri. Sebagai contoh Nabi Muhammad SAW pernah menjadi seorang wirausahawan. Islam juga mengajarkan bahwa berwirausaha merupakan pekerjaan mulia asal dikerjakan secara benar dan bisa mendapatkan limpahan rizki dari Allah SWT. Wirausahawan adalah suatu sikap mental yang berani menanggung resiko, berfikir maju, berani dan berdiri di atas kaki sendiri.<sup>3</sup>

Dunia wirausaha merupakan dunia unik, itu sebabnya mengapa wirausaha dituntut selalu kreatif, dari kreativitasnya akan terbukti bahwa itu betul-betul memiliki citra kemandirian yang mampu memukau banyak orang sehingga kemudian dengan rela mengikutinya. Dari kreativitas akan muncul barang, jasa atau ide baru sebagai inovasi baru untuk memenuhi kebutuhan pasar yang terus berkembang. Dari kreativitas itu muncul cara-cara baru, mekanisme kerja untuk meningkatkan efisiensi dan produktifitas. Kreativitas seperti sebuah sumber mata air yang harus dijaga jangan sampai mengering. Kita harus terus belajar dan menggali kreativitas itu.<sup>4</sup> Bagi wirausaha tingkat kreativitas sangat menunjang kemajuan bisnis.

Menurut Zimmerer kewirausahaan adalah suatu proses penerapan kreativitas dan inovasi dalam memecahkan persoalan dan menemukan peluang

<sup>3</sup> Adi Sutanto, *Loc. Cit.*

<sup>4</sup> Po Abas Sunarya, Sudaryono, Dan Asep Saefullah, *Kewirausahaan*, (Yogyakarta: Ahdi, 2011), h. 115.

untuk memperbaiki usaha.<sup>5</sup> Hal ini untuk menciptakan sesuatu diperlukan suatu kreativitas jiwa inovator yang tinggi. Seseorang yang memiliki kreativitas dan inovator tentu berfikir untuk mencari atau menciptakan peluang yang baru agar lebih baik dari sebelumnya.

Seorang wirausahawan harus memiliki kemampuan yang kreatif dan inovatif dalam menemukan dan menciptakan ide. Kemampuan dalam menciptakan memerlukan adanya kreativitas dan inovasi yang terus-menerus untuk menemukan sesuatu yang berbeda dari yang sudah ada sebelumnya. Kreativitas dan inovasi tersebut pada akhirnya mampu memberikan kontribusi bagi masyarakat banyak. Wirausaha juga tidak boleh gampang putus asa. Ia harus yakin dengan kreativitas karena akan selalu ada jalan yang mungkin tidak terbayangkan sebelumnya. Jadi, kreativitas adalah sekumpulan ide baik berupa pengetahuan maupun pengalaman yang berada dalam pikiran manusia yang kemudian digabungkan menjadi sesuatu hal yang sifatnya kreatif yang berguna baik pada dirinya maupun orang lain ataupun organisasi dalam situasi dan kondisi yang tidak menentu.<sup>6</sup>

Pengembangan ide-ide kreatif merupakan ciri penting para wirausaha dengan berusaha menjadi lebih kreatif dalam menentukan ide yang produktif. Sehingga mampu serta siap mengambil resiko dalam pelaksanaan ide yang produktif tersebut.<sup>7</sup>

---

<sup>5</sup> Kasmir, *Kewirausahaan Edisi Revisi*, (Jakarta : PT. Raja Grafindo, 2006), h. 20.

<sup>6</sup> Yuyus Suryana Dan Kartib Bayu, *Kewirausahawan Pendekatan Karakteristik Wirausahawan Sukses*, (Jakarta: Kencana, 2010), h. 198.

<sup>7</sup> Geoffrey G. Meredith Et Al. *Kewirausahaan Teori Dan Praktek*, (Jakarta: Ppm, 2002), h. 42.

Dalam kreativitas untuk mendapatkan desain terdapat beberapa tahapan. Tahapan desain merupakan awal dari suatu proses terjadinya hasil akhir produk yang siap dikenalkan atau dijual kepada masyarakat. Tahapan yang dimaksud adalah proses aktifitas kegiatan yang akan dilakukan oleh para ahli disain kemudian dituangkan dalam bentuk ide-ide desain. Aktifitas tersebut yaitu: Survei, konsep desain, dan pembuatan model. Untuk mendukung terlaksananya konsep desain diperlukan pembuatan suatu model untuk lebih mendekatkan konsep tersebut dalam bentuk yang nyata dan aktual.<sup>8</sup>

Kreativitas sangat berperan besar dalam berwirausaha walaupun para wirausahawan beroperasi dalam lingkungan yang mendukung ataupun tidak mendukungnya ide atau gagasan baru. Hal tersebut dipengaruhi oleh nilai kepribadian wirausaha yaitu nilai keberanian menghadapi resiko, optimis, keberanian mandiri dan memimpin serta kemauan belajar dari pengalaman.<sup>9</sup>

Oleh karena itu, kemampuan atau kompetensi wirausaha tentang kreativitas terhadap perusahaan mempunyai peranan yang sangat penting untuk keberhasilan usaha dan khususnya pada bidang pemasaran. Pemasaran adalah suatu proses sosial yang merancang dan menawarkan sesuatu yang menjadi kebutuhan dan keinginan dari pelanggan dalam rangka memberikan kepuasan yang optimal kepada pelanggan.<sup>10</sup>

Sekarang ini usaha yang bekerja di bidang usaha stainless steel sangat langkah untuk ditemukan hanya beberapa orang saja yang bekerja di bidang usaha

---

<sup>8</sup> Suwarno Tahid Dan Yunia Dwie Nurcahyanie, *Konsep Teknologi Dalam Mengembangkan Produk Industri*, (Jakarta: Kencana, 2007), h. 63-67.

<sup>9</sup> Yuyus Suryana Dan Kartib Bayu, *Op Cit*, h. 204.

<sup>10</sup> M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2010), Cet 1., h. 6.

stainles steel ini. Terutama di Pekanbaru usaha stainles steel ini masih jarang ditemukan. Hal ini dikarenakan dalam proses pembuatannya yang sulit, juga membutuhkan kemampuan yang baik dalam menciptakan suatu kreasi berupa barang yang terbuat dari stainles steel.

Kreativitas wirausaha merupakan langkah yang harus dilakukan dalam melakukan usaha stainles steel. Usaha stainles steel merupakan usaha yang bekerja dibidang pembuatan canopy, pegangan tangga, balkon, tempat tidur rumah sakit, tiang infus, lemari penyaringan minyak nilam, meja operasi rumah sakit, tiang bendera, pagar dan lain-lain. Salah satu faktor membanjirnya orderan stainles steel adalah karena kualitas produk yang bagus dan rapi. Selain faktor kualitas, dalam pembuatan stainles steel ini sangat dibutuhkan kepandaian berupa keterampilan yang baik sehingga pengerjaanya menjadi efisien. Selain dari itu pengalaman sangat berpengaruh terhadap hasil dari stainles steel yang akan dibuat menjadi berbagai macam desain sesuai kebutuhan konsumen.

Pemasaran juga bagian yang penting berhubungan dengan pasar, karena pasar adalah tempat atau lokasi tertentu sehingga memungkinkan pembeli dan penjual bertemu untuk melakukan transaksi jual beli produk baik barang maupun jasa.<sup>11</sup> Dalam meningkatkan pemasaran, upaya yang dilakukan pemilik usaha di dalam memasarkan usahanya ini melalui penyebaran brosur, mulut ke mulut, menawarkan kepada masyarakat secara langsung dengan sistem door to door dan juga menggunakan kartu nama pemilik usaha stainles steel.<sup>12</sup>

---

<sup>11</sup> Kasmir dan Jakfar, *Studi Kelayakan Bisnis*, (Jakarta: Kencana, 2009), h. 43

<sup>12</sup> Efendi Jefri, Pemilik Usaha Stainles Steel Anugrah Mitra mandiri, *Wawancara*, Pekanbaru, 9 Desember 2012.



Semua langkah yang dilakukan berorientasi untuk kepuasan konsumen. Dalam usaha stainless steel wirausahawan perlu secara berkelanjutan melakukan evaluasi dan penilaian khususnya terhadap kinerja pemasaran yang dimilikinya. Oleh karena itu, seorang wirausaha dalam mengembangkan usahanya harus memiliki ide-ide dan desain yang baru sehingga mampu menghasilkan produk-produk yang sesuai dengan keinginan konsumen dipasaran. Berdasarkan uraian-uraian di atas maka dari itu, penulis terinspirasi untuk mengambil judul mengenai: **“Kreativitas Wirausaha Dalam Upaya Meningkatkan Pemasaran Ditinjau Dari Ekonomi Islam. (Studi Kasus Usaha Stainless Steel Di Anugrah Mitra Mandiri Pekanbaru)”**.

#### **B. Batasan Masalah**

Agar penelitian ini mencapai pada sasaran yang diinginkan dengan benar dan tepat, maka penulis dapat mengambil batasan masalah yang diteliti. Adapun penelitian ini difokuskan kepada “Bagaimana Kreativitas Wirausaha Dalam Upaya Meningkatkan Pemasaran Ditinjau Dari Ekonomi Islam”.

#### **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan dari latar belakang masalah yang telah penulis uraikan diatas, maka dapat dirumuskan persoalan pokok dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimanakah Kreativitas Wirausaha Dalam Mendapatkan Peluang Pemasaran Produk Stainless Steel di Anugrah Mitra Mandiri Pekanbaru?
2. Apa Sajakah Faktor Pendukung dan Penghambat Usaha Stainless Steel di Anugrah Mitra Mandiri Pekanbaru?

3. Bagaimana Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Kreativitas Produk Wirausaha Dalam Upaya Meningkatkan Pemasaran pada usaha stainless steel di Anugrah Mitra Mandiri Pekanbaru?

#### **D. Tujuan Dan Manfaat Penelitian**

1. Tujuan penelitian
  - a. Untuk Mengetahui Bagaimana Kreativitas Wirausaha Dalam Mendapatkan Peluang Pemasaran Produk Stainless Steel di Anugrah Mitra Mandiri Pekanbaru.
  - b. Untuk Mengetahui Apa Saja Faktor Pendukung dan Penghambat Usaha Stainless Steel di Anugrah Mitra Mandiri Pekanbaru.
  - c. Untuk Mengetahui Bagaimana Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Kreativitas Produk Wirausaha Dalam Upaya Meningkatkan Pemasaran pada usaha stainless steel di di Anugrah Mitra Mandiri Pekanbaru.
2. Manfaat penelitian
  - a. Untuk menambah pengetahuan penulis dan masyarakat tentang kreativitas wirausaha dalam upaya meningkatkan pemasaran di tinjau dari ekonomi islam.
  - b. Sebagai kontribusi untuk menerapkan keilmuan dalam islam dan mengembangkan disiplin ilmu yang didapat selama di perguruan tinggi.
  - c. Sebagai salah satu syarat penulis untuk menyelesaikan perkuliahan dan mencapai gelar sarjana pada program strata satu (S1) pada Fakultas Syari'ah dan Ilmu Hukum Jurusan Ekonomi islam UIN Suska Riau.

## **E. Metode Penelitian**

### **1. Lokasi**

Dalam penelitian ini, penulis mengambil lokasi penelitian di Jalan Arcis No. 100 Kelurahan Delima Kecamatan Tampan, Pekanbaru, Riau. Adapun alasan penulis memilih lokasi ini karena untuk mendapatkan data yang valid serta waktu dan tempat yang efektif untuk melakukan penelitian.

### **2. Subjek dan Objek Penelitian**

- a. Sebagai subjek dalam penelitian ini adalah pemilik usaha (wirausahawan) dan para pekerja.
- b. Sedangkan objeknya adalah kreativitas wirausaha dalam upaya meningkatkan pemasaran.

### **3. Informan (*key informan*)**

Yang menjadi Informan (*key informan*) dalam penelitian ini adalah 1 pemilik dan 4 karyawan pada usaha stainless steel di Anugrah Mitra Mandiri Kelurahan Delima Kecamatan Tampan Pekanbaru.

### **4. Sumber Data**

Adapun sumber data dalam penelitian ini adalah:

#### **a. Data primer**

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari lapangan yaitu dengan wawancara terhadap para pekerja dan pemilik usaha stainless steel kecamatan tampan pekanbaru yang terkait dengan judul penulis.

#### **b. Data sekunder**

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari buku-buku, literatur-literatur yang berkaitan langsung dengan pembahasan dalam penelitian ini.

#### 5. Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode pengumpulan data sebagai berikut :

- a. Wawancara, yaitu penulis melakukan Tanya jawab mengenai informasi yang berkaitan dengan penelitian baik secara lisan maupun tulisan kepada pihak yang terkait.
- b. Observasi, yaitu melakukan pengamatan terhadap objek maupun subjek secara langsung di lokasi penelitian.
- c. Dokumentasi, yaitu mengumpulkan data-data berupa dokumentasi dari pihak pemilik usaha stainless steel di anugrah mitra mandiri pekanbaru.

#### 6. Metode Analisis Data

Data dalam penelitian ini berasal dari data-data yang diperoleh dari wawancara, observasi dan dokumentasi. Dalam penelitian ini penulis menggunakan analisa secara deskriptif kualitatif yaitu setelah semua data berhasil penulis kumpulkan maka penulis menjelaskan secara rinci dan sistematis sehingga dapat tergambar secara utuh dan dapat dipahami secara jelas kesimpulan akhirnya.

#### 7. Teknik penulisan

Setelah memperoleh data melalui cara-cara diatas, dan untuk pembahasan selanjutnya penulis menggunakan metode analisa data sebagai berikut:

- a. Deduktif, yaitu mencari data-data yang umum kemudian disimpulkan secara khusus.
- b. Induktif, yaitu mengumpulkan data-data yang bersifat khusus kemudian menyimpulkan secara umum.
- c. Deskriptif, yaitu menggambarkan masalah yang dibahas berdasarkan data yang diperoleh dan kemudian disimpulkan sesuai dengan penelitian.

#### **F. Sistematika Penulisan**

Rangkaian sistematika penulisan ini terdiri dari lima Bab, masing-masing Bab akan diperinci kembali menjadi beberapa sub-sub yang saling berhubungan antara satu sama lainnya. Adapun sistematika penulisan penelitian skripsi ini adalah sebagai berikut:

##### **BAB I            PENDAHULUAN**

Dalam bab ini akan diuraikan tentang Latar Belakang, Batasan Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan dan Manfaat Penelitian, Metode penelitian dan Sistematika Penulisan.

##### **BAB II           GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN**

Bab ini memberikan gambaran umum tentang Letak Geografis Daerah, Sejarah Singkat Usaha Stainles Steel Anugrah Mitra Mandiri, Lokasi Usaha Stainles Steel Anugrah Mitra Mandiri

Pekanbaru, Tujuan mendirikan Usaha Stainles Steel Anugrah Mitra Mandiri, Struktur Organisasi Usaha Stainles Steel Anugrah Mitra Mandiri, Visi dan Misi Usaha Stainles Steel Anugrah Mitra Mandiri serta Jenis Produk Stainles Steel Anugrah Mitra Mandiri.

### **BAB III      TINJAUAN TEORITIS**

Dalam bab ini penulis akan menguraikan mengenai Pengertian kreativitas, sumber kreativitas, berfikir kreatif dalam kewirausahaan, Pengertian kewirausahaan, ciri- ciri wirausaha, manfaat wirausaha, berwirausaha menurut pandangan Islam, Pengertian pemasaran, konsep kegiatan pemasaran, Bauran pemasaran dan pemasaran menurut pandangan Islam.

### **BAB IV      HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini akan membahas tentang Kreativitas Wirausaha Dalam Mendapatkan Peluang Pemasaran Produk Stainles Steel di Anugrah Mitra Mandiri Pekanbaru, Faktor Pendukung dan Penghambat Usaha Stainles Steel di Anugrah Mitra Mandiri Pekanbaru serta Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Kreativitas Produk Wirausaha Dalam Upaya Meningkatkan Pemasaran pada usaha stainles steel di Anugrah Mitra Mandiri Pekanbaru.

### **BAB V      KESIMPULAN DAN SARAN**

Dalam Bab ini penulis akan menyimpulkan hasil dan penelitian dan memberikan saran yang membangun.

### **DAFTAR PUSTAKA**

## **BAB II**

### **GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN**

#### **A. Letak Geografis Daerah**

Secara geografis kota Pekanbaru terletak pada garis antara  $101^{\circ} 14' - 101^{\circ} 34'$  BT dan  $0^{\circ} 25' - 0^{\circ} 45'$  LU. Sebagian wilayah terdiri dari daratan rendah yang ketinggiannya berada rata-rata antara 8 meter sampai dengan 11 meter di atas permukaan laut. Beriklim panas dengan temperatur terendah  $27^{\circ} \text{C}$  serta temperatur tertinggi adalah  $34^{\circ} \text{C}$  dengan curah hujan per tahun berkisar antara 1000 mm sampai 3000 mm. Kemudian luas wilayah Kecamatan Tampan berkisar antara  $59,81 \text{ km}^2$ . Sedangkan luas Kecamatan Tampan berdasarkan Kelurahan dapat dilihat pada tabel II.1 berikut ini:

**TABEL II.1**  
**Luas wilayah Kecamatan Tampan dirinci berdasarkan Kelurahan**

<b>NO</b>	<b>KELURAHAN</b>	<b>LUAS (<math>\text{Km}^2</math>)</b>
1.	Simpang Baru	23,59
2.	Sidomulyo Barat	13,69
3.	Tuah Karya	12,02
4.	Delima	10,44
<b>Jumlah</b>		<b>59,81</b>

Sumber : BPS Pekanbaru 2011

Dari tabel diatas dapat di lihat bahwa kelurahan Simpang Baru merupakan kelurahan yang terluas yaitu seluas  $23,59 \text{ km}^2$  dari luas Kecamatan Tampan, dan disusul dengan kelurahan Sidomulyo Barat seluas  $13,69 \text{ km}^2$ , kemudian kecamatan Buah Karya seluas  $12,02 \text{ km}^2$  dan akhirnya Kecamatan Delima yang merupakan Kecamatan terkecil dengan luas  $10,44 \text{ km}^2$  dari luas Kecamatan

Tampan. Jumlah penduduk di Kecamatan Tampan sekitar 173.281 Jiwa. Dengan tiap Kelurahan terdiri dari : Kelurahan Simpang baru 43.246 jiwa, Sidomulyo Barat 42.627 jiwa, Tuah Karya 54.955 jiwa dan Delima 32.453 jiwa.

Agar lebih terciptanya ketertiban dalam pemerintahan, maka di bentuklah kelurahan berdasarkan Peraturan Pemerintah Daerah No. 3 tahun 2003 dan No. 4 tahun 2003 Kecamatan di kota pekanbaru di mekarkan menjadi 12 kecamatan salah satunya Kecamatan Tampan yang terdiri dari 4 Kelurahan. Diantaranya kelurahan Simpang Baru, Sidomulyo Barat, Tuah Karya, dan Delima. Adapun jarak antara Kecamatan Tampan dengan Kelurahan dapat di lihat pada tabel 2 berikut:

**TABEL II.2**  
**Jarak Kecamatan Tampan dengan Kelurahan**

Kecamatan	Kelurahan	Jarak Lurus (Km)
Tampan	Simpang Baru	0
	Sidomulyo Barat	3
	Tuah Karya	2
	Delima	3

Sumber : BPS Pekanbaru 2011

#### **B. Sejarah Singkat Usaha Stainles Steel Anugrah Mitra Mandiri**

Usaha Stainles Steel Mitra Mandiri Pekanbaru pada awalnya merupakan usaha rumahan yang bergerak di industri stainles dengan produk yang berupa canopy, tempat tidur rumah sakit, tiang infus, lemari penyaringan minyak nilam, meja operasi rumah sakit, tiang bendera, pagar dan pegangan tangga. Usaha ini didirikan pada tahun 1994 oleh bapak Efendi Jafri. Beliau pertama kali bekerja melalui skill yang didapat dibangku pendidikan serta ikut bekerja dengan orang



lain seperti di perusahaan wading atau tukang las di Loksemawe, Kalimantan, Taiwan dan usaha kecil yang ada di medan. Maka beliau berfikir bagaimana caranya bisa membuka usaha sendiri.

Akhirnya bapak Effendi Jafri pada tahun 1994 beliau berangkat dari medan berfikir untuk membuka usaha sendiri di pekanbaru karena beliau melihat adanya peluang usaha yang sangat berpotensi di pekanbaru. Produk usaha stainless steel ini pertama kali yang dibuat oleh bapak Efendi Jafri adalah hanya membuat tangga dan pagar serta pemasarannya door to door.

Dari tahun ke tahun industri ini mampu menjaga kualitas produknya dan mampu dalam bersaing. Pada tahun 1998 usaha ini mulai berkembang pesat, produk yang dihasilkan pada usaha ini tidak hanya pegangan tangga dan pagar saja tetapi perlengkapan medis seperti tiang infus, meja operasi, tempat tidur rumah sakit serta tempat makan orang sakit dan kebutuhan konsumen lainnya. Serta memiliki strategi pemasaran untuk mengembangkan usahanya seperti: melalui penyebaran brosur, mulut ke mulut, menawarkan kepada masyarakat secara langsung dengan sistem door to door dan juga menggunakan kartu nama pemilik usaha stainless steel.

Usaha stainless steel yang didirikan bapak Efendi Jafri telah memiliki nama yaitu Stainless Steel Anugrah Mitra Mandiri. Bapak Efendi Jafri memiliki 4 orang karyawan. Usaha stainless steel Anugrah Mitra Mandiri secara lisan telah memiliki keterangan izin dari pemerintah tetapi secara administrasinya belum memilikinya. Wilayah dalam memasarkan produk stainless steel terdiri dari daerah

Riau dan Sumatra Barat. Bahan baku dari stainless steel dibeli di Medan dan Jakarta menggunakan uang Dollar secara tunai.<sup>1</sup>

### **C. Lokasi Usaha Stainless Steel Anugrah Mitra Mandiri**

Pemilihan lokasi usaha merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi keberhasilan perusahaan dalam melakukan aktivitasnya. Usaha Stainless Steel Anugrah Mitra Mandiri ini berlokasi di Jalan Arcis No. 100 RT 3/RW 4 Kelurahan Delima Kecamatan Tampan Pekanbaru Provinsi Riau.

Lokasi penelitian ini terletak di tengah-tengah perumahan warga dan memiliki akses jalan yang bagus. Letak yang tidak jauh dari jalan raya dan mempermudah transportasi bagi distribusi untuk pemasaran dan pasokan dari supplier maupun dari tempat karyawan tinggal.

### **D. Tujuan mendirikan Usaha Stainless Steel Anugrah Mitra Mandiri**

Pada umumnya setiap perusahaan mempunyai tujuan yang ingin dicapai sejak usaha didirikan, dan setiap usaha tentunya berusaha keras agar tujuannya tercapai. Tujuan bapak Efendi Jafri mendirikan usaha adalah:

- a. Untuk mendapatkan pendapatan ekonomi keluarga.
- b. Untuk menciptakan lapangan pekerjaan agar bisa mengurangi pengangguran.
- c. Mengembangkan usaha yang didirikan.
- d. Meningkatkan kualitas produk dan memperluas pangsa pasar.

---

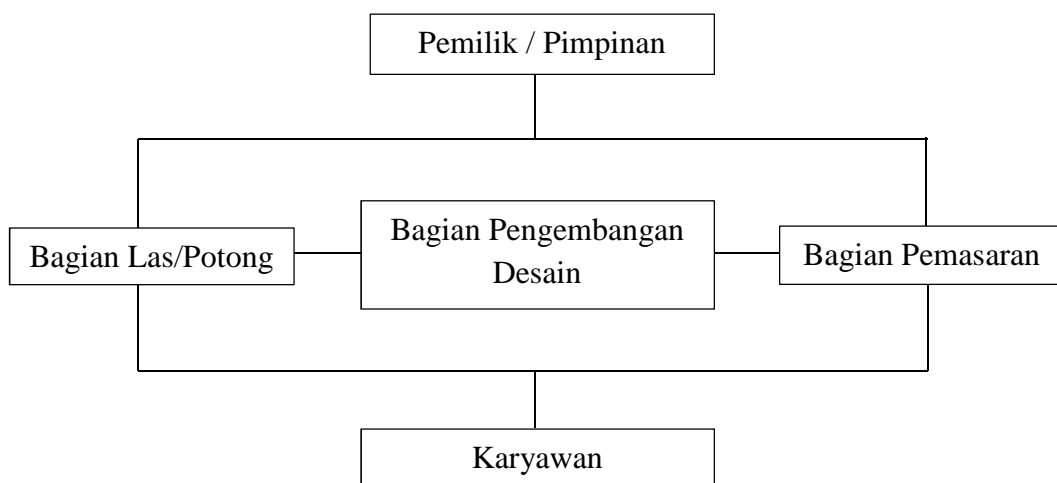
<sup>1</sup> Efendi Jefri, Pemilik Usaha Stainless Steel Anugrah Mitra mandiri, *Wawancara*, Pekanbaru, 18 Mei 2013.

#### **E. Struktur Organisasi Usaha Stainles Steel Anugrah Mitra Mandiri**

Untuk mencapai suatu tujuan, manusia di dalam usahanya mengatur diri sendiri dan kelompoknya memerlukan suatu kerja sama dengan orang lain, karena manusia mempunyai keterbatasan baik dalam fisik maupun psikis. Untuk menciptakan suatu kerja sama yang baik diperlukan wadah atau organisasi. Maka agar organisasi dapat dijalankan dengan baik perlu adanya suatu struktur organisasi.

Struktur organisasi perusahaan yang penulis maksudkan dalam skripsi ini adalah bagian yang menggambarkan garis kerja sama antara individu-individu yang bergabung dalam organisasi Usaha Stainles Steel Anugrah Mitra Mandiri. Di dalam usaha ini juga dibentuk struktur organisasi yang masih sederhana dan dikendalikan langsung oleh pemilik usaha. Adapun struktur organisasi adalah sebagai berikut:

**GAMBAR II.1**  
**Struktur Organisasi Usaha Stainles Steel Anugrah Mitra Mandiri**



Masing-masing mempunyai tanggung jawab dan tugas pada usaha stainles steel yang telah dituturkan oleh bapak Efendi Jafri sebagai berikut:

- a. Pemilik atau Pimpinan
  - 1. Memimpin dan mengawasi usaha
  - 2. Memegang kendali keuangan usaha
  - 3. Membuat rencana-rencana usaha
  - 4. Melakukan pemesanan bahan baku
- b. Bagian Las/ Potong
  - 1. Untuk memotong bagian-bagian stainless
  - 2. Untuk mengelas potongan-potongan stainless
- c. Bagian Pengembangan Desain
  - 1. Bertanggung jawab untuk membuat desain produk
  - 2. Melaporkan hasil desainnya kepada pimpinan
- d. Bagian Pemasaran
  - 1. Bertanggung jawab mempromosikan dan memasarkan produk
  - 2. Mengadakan hubungan baik dengan konsumen
  - 3. Mengamati kondisi pasar
- e. Karyawan
  - 1. Melaksanakan tugas yang diberikan
  - 2. Bekerjasama dengan sesama karyawan maupun yang lainnya.

Kepemimpinan perusahaan ini adalah menggunakan sistem kekeluargaan tetapi antara pemilik sebagai pimpinan dari karyawan-karyawan ada batasan kontrol dalam pekerjaan masing-masing.

## **F. Visi dan Misi Usaha Stainles Steel Anugrah Mitra Mandiri**

### **a. Visi**

Visi merupakan harapan yang lebih baik kedepannya. Visi dari usaha stainles steel Anugrah Mitra Mandiri Pekanbaru adalah: “Mengembangkan usahanya menjadi lebih besar dan mampu bersaing dengan menghasilkan karya-karya yang kreatif yang bermanfaat bagi semua orang”.

### **b. Misi**

Misi dari usaha stainles steel Anugrah Mitra Mandiri Pekanbaru adalah: “Memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen dengan mengutamakan produk yang berkualitas”.

## **G. Jenis Produk Stainles Steel di Anugrah Mitra Mandiri**

Produk stainles steel yang dihasilkan di Anugrah Mitra Mandiri memiliki bermacam-macam produk diantaranya:

- a. Kanopi terdiri dari dua jenis motif yaitu kanopi lengkung dan Kanopi minimalis.
- b. Pagar terdiri dari dua jenis motif yaitu minimalis dan minimalis ulir.
- c. Pegangan Tangga terdiri dari dua jenis motif yaitu minimalis bulat ulir dan minimalis petak ulir.
- d. Tiang infus dalam hal ini tiang infus tidak memiliki nama motif.
- e. Gerobak makan rumah sakit, dan
- f. Pembatas shaf masjid.

Selain produk di atas pemilik usaha stainles juga menghasilkan beragam jenis produk yang sesuai dengan kebutuhan, selera dan daya beli konsumen.

### BAB III

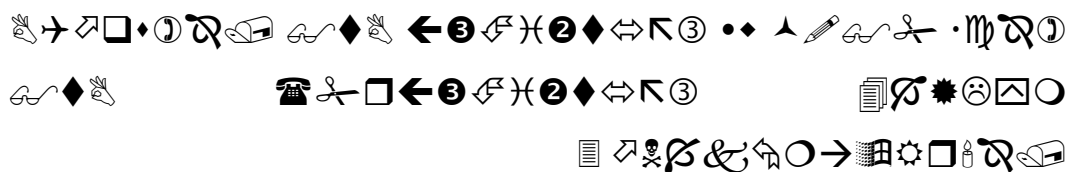
#### TINJAUAN TEORITIS

##### A. Kreativitas Wirausaha

###### 1. Pengertian Kreativitas Wirausaha

Kata kreativitas berasal dari bahasa Inggris: *creativity* artinya daya cipta, asal katanya *to create* yaitu menciptakan, membuat, dan menimbulkan orang berfikir kreatif mempunyai kemampuan untuk mengembangkan hal-hal yang sudah ada dengan daya cipta baru. Sementara dalam kamus bahasa Indonesia yang dimaksud dengan kreativitas ialah kemampuan untuk mencipta daya cipta. Menurut Zimmerer kreativitas adalah kemampuan untuk mengembangkan ide-ide baru dan cara-cara baru dalam pemecahan masalah dan menemukan peluang.<sup>1</sup>

Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa kreativitas merupakan kemampuan seseorang dalam menuangkan ide atau gagasan melalui proses berpikir kreatif untuk menciptakan sesuatu yang menuntut pemusatan, perhatian, kemauan, kerja keras dan ketekunan. Islam pun dalam hal kreativitas memberikan kelapangan kepada umatnya untuk berkreasi dengan akal pikirannya dan dengan hati nuraninya dalam menyelesaikan persoalan-persoalan hidup. Sebagaimana di jelaskan dalam Q.S Ar-Ra'du ayat 11.



---

<sup>1</sup> Suryana *kewirausahaan* (Jakarta: Salemba Empat, 2001), h.2.

Artinya: *“Sesungguhnya Allah tidak merubah keadaan sesuatu kaum sehingga mereka merubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri”*.

Maksudnya didalam melakukan usaha mencoba untuk berusaha untuk menggantungkan orang lain yaitu wirausaha dengan bersikap kreatif. Dalam hal ini kreativitaslah yang mempengaruhi perusahaan bisa berjalan lancar.

Sedangkan yang dimaksud dengan wirausaha adalah seorang wirausaha, yang merupakan pelopor dalam bisnis, innovator, penanggung resiko yang mempunyai misi kedepan dan memiliki keunggulan dalam prestasi dibidang usaha.<sup>2</sup> Dengan kata lain seorang wirausahawan adalah orang yang memiliki kemampuan kreativitas untuk menghasilkan suatu produk dibidang usahanya misalnya pada usaha stainless steel untuk mendapatkan keuntungan.

## 2. Sumber Kreativitas

Proses kreativitas merupakan proses pembangkitan ide yang menghasilkan sesuatu yang baru dengan lebih efektif dan efisien pada suatu sistem. Aspek penting dari kreativitas adalah manusia dan proses. Manusia merupakan pelaku yang menentukan proses berjalan dan menentukan solusi permasalahan. Proses adalah aktivitas yang didesain untuk menemukan solusi.

Berfikir kreatif harus memiliki dasar pola kreatif, hal ini dapat membantu memecahkan permasalahan guna untuk menemukan solusinya. Berfikir kreatif seorang wirausaha dapat digambarkan sebagai berikut:

---

<sup>2</sup> Daryanto *pendidikan kewirausahaan*, (Yogyakarta: Gava Media, 2012), h. 5.

a. Akumulasi Pengetahuan

Kesuksesan sebuah kreativitas berhubungan dengan kemampuan pengamatan dan pencarian informasi yang meliputi melihat, membaca, berbicara dengan rekan kerja, menghadiri pertemuan profesional, dan pelatihan sesuai dengan minat wirausaha. Ada beberapa cara untuk meningkatkan daya pikir kreatif yaitu<sup>3</sup>:

1. Membaca berbagai media sesuai dengan usaha yang akan dilakukan.
2. Bergabung dengan kelompok profesional atau kelompok usaha.
3. Mengikuti pertemuan profesional dan seminar.
4. Bertanya kepada semua orang tentang usaha atau bisnis yang dilakukan.
5. Mengamati majalah, surat kabar, dan jurnal untuk mencari artikel yang berhubungan dengan bisnis yang ditekuni.
6. Mencari informasi yang tepat.

b. Proses Inkubasi

Kreativitas individu muncul dengan melihat langsung proses kegiatan usaha yang sejenis atau berhubungan. Dengan melihat langsung akan bisa mengetahui proses bisnis yang ditekuni sebenarnya. Dalam pengembangan kreativitas, pada masa ini diharapkan hadirnya suatu pemahaman terhadap ide yang timbul.

---

<sup>3</sup> R. Heru kristanto, *Kewirausahaan Entrepreneurship pendekatan manajemen dan praktek*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009), h. 26.



Beberapa langkah yang dapat dilakukan wirausaha guna mempercepat proses inkubasi:

1. Melihat aktivitas secara rutin dan melakukan proses secara bersama.
2. Memecahkan persoalan yang terjadi dalam aktivitas bisnis tersebut.
3. Melakukan latihan olah raga dan bermain.
4. Memikirkan proyek dan permasalahannya .
5. Melakukan perenungan terhadap masalah yang terjadi.
6. Rileksasi ke permasalahan awal.

c. Ide atau Gagasan

Proses ide dan gagasan adalah menemukan sesuatu yang baru dan berbeda dari pencarian yang terus menerus. Beberapa langkah yang bisa dilakukan untuk mempercepat ide dan gagasan :

1. Memikirkan impian tentang bisnis yang ditekuni.
2. Mengembangkan hobi.
3. Membaca media, surat kabar yang berhubungan dengan permasalahan.
4. Mengambil keputusan dan mengerjakannya.

d. Implementasi atau Evaluasi

Proses implementasi atau evaluasi merupakan proses yang berhubungan dengan pelaksanaan ide dan evaluasi terhadap ide yang diwujudkan dalam dunia nyata. Beberapa langkah yang dilakukan untuk proses implementasi dan evaluasi:

1. Belajar sendiri tentang proses perencanaan bisnis yang ditekuni.

2. Tes ide dengan orang yang memiliki pengetahuan sama.
  3. Mempelajari proses penjualan.
  4. Belajar tentang kebijakan organisasi dan praktik bisnis.
  5. Dengar saran dari rekan-rekan dan pelanggan.
3. Berfikir Kreatif Dalam Kewirausahaan

Seseorang dikatakan kreatif apabila orang tersebut memiliki kemampuan untuk menciptakan sesuatu. Salah satu kemampuan yang sangat menentukan seseorang bisa menjadi orang yang kreatif adalah kemampuan emosional mencakup pengendalian diri, semangat, dan ketekunan, serta kemampuan untuk memotivasi diri sendiri dan bertahan menghadapi masalah serta mampu mencari solusi.

Orang yang kreatif selalu ingin mencoba metode dan gagasan baru untuk mencapai efektifitas dan efesiensi dalam melaksanakan pekerjaannya. Orang kreatif bisa berfikir dengan otak kanan, yaitu mencari alternatif pemecahan masalah untuk mencari jawaban pertanyaan. Golongan ciri-ciri orang yang kreatif diantaranya:

- a. Kuatnya motivasi untuk berprestasi.
- b. Komitmen kepada visi dan sasaran tempat kerja.
- c. Iniatif dan optimis.

Sedangkan menurut Toto Tasmara karekteristik orang kreatif ada beberapa tahapan yaitu:<sup>4</sup>

---

<sup>4</sup> M. Ma'ruf Abdullah, *Manajemen Berbasis Syariah*, (Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2012) h. 121.

a. Keterbukaan

Maksudnya menerima banyak informasi, mau mendengar dan mampu mengendalikan pembicaraan serta lebih banyak mendengar.

b. Pengendapan

Maksudnya memiliki kekayaan batin yang lebih banyak sebagai akibat dari keterbukaannya terhadap pendapat, pengetahuan dan pengalaman orang lain.

c. Reproduksi

Maksudnya senang untuk mencoba dan mengeluarkan kembali hasil pengalaman dirinya dalam bentuk kreativitas.

d. Evaluasi

Maksudnya selalu melakukan evaluasi terhadap hasil pekerjaannya, ia tidak mudah puas dan selalu ingin menyempurnakan.

e. Pengembangan diri

Maksudnya memiliki sesuatu yang baru dan menghasilkan karya yang orisinil.

## **B. Wirausaha**

### **1. Pengertian Kewirausahaan**

Menurut pandangan ahli ekonomi wirausaha adalah orang yang mengombinasikan faktor-faktor produksi untuk tujuan memproduksi barang atau jasa sehingga meningkatkan nilai yang lebih tinggi dari sebelumnya.<sup>5</sup>

---

<sup>5</sup> Suryana, *Kewirausahaan*, (Jakarta: Salemba Empat, 2006), h.15.

Menurut Zimmerer kewirausahaan adalah suatu proses penerapan kreativitas dan inovasi dalam memecahkan persoalan dan menemukan peluang untuk memperbaiki usaha. Kemampuan menciptakan memerlukan adanya kreativitas dan inovasi yang terus menerus untuk menemukan sesuatu yang berbeda dari yang sudah ada sebelumnya, kreativitas dan inovasi tersebut pada akhirnya mampu memberikan kontribusi bagi masyarakat banyak.<sup>6</sup>

Menurut istilah wira berarti berani, sedangkan usaha berarti berbagai aktivitas bisnis. jadi seorang wirausaha dapat diartikan sebagai upaya yang berkaitan dengan aktivitas bisnis atas dasar kemauan sendiri dan memiliki keberanian dalam mengambil resiko.

Jadi, kewirausahaan dapat didefinisikan sebagai kemampuan kreatif dan inovatif yang dijadikan dasar, proses dan perjuangan untuk menciptakan nilai tambah barang dan jasa yang dilakukan dengan keberanian untuk menghadapi resiko.

## 2. Ciri-ciri Wirausaha

### a. Memiliki Visi dan Tujuan yang Jelas

Hal ini berfungsi untuk memikirkan kemanakah langkah dan arah yang dituju, sehingga dapat diketahui apa yang harus dilakukan oleh pengusaha tersebut.

---

<sup>6</sup> Kasmir, *Op Cit*, h. 21.

b. Inisiatif dan selalu proaktif

Merupakan ciri dasar dimana pengusaha tidak hanya menunggu sesuatu terjadi tetapi terlebih dahulu memulai dan mencari peluang sebagai pelopor dalam berbagai kegiatan.

c. Beorientasi pada prestasi

Pengusaha yang sukses selalu mengejar prestasi yang lebih baik dari pada prestasi sebelumnya. Mutu produk, pelayanan yang diberikan, serta kepuasan pelanggan menjadi perhatian utama, setiap waktu segala aktivitas usaha yang dijalankan selalu dievaluasi dan harus lebih baik dibanding sebelumnya. Beorientasi pada profit, tekun dan tabah, dan giat bekerja keras.

d. Berani mengambil resiko

Hal ini merupakan sifat yang harus dimiliki seorang pengusaha kapanpun dan dimanapun, baik dalam bentuk uang maupun waktu. Pengusaha juga berani dan mampu mengambil resiko kerja serta menyukai pekerjaan yang menantang.<sup>7</sup> Berani mengambil resiko, suka pada tantangan, setelah kesulitan pasti ada kemudahan.

e. Kerja Keras

Jam kerja pengusaha tidak terbatas oleh waktu, dimana ada peluang disitu ia datang. Ide-ide baru selalu mendorongnya untuk

---

<sup>7</sup> Agus Wibowo, *Pendidikan Kewirausahaan Konsep dan Strategi*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2011), h. 34.

bekerja keras merealisasikannya. Tidak ada kata sulit dan tidak ada kata masalah yang tidak dapat diselesaikan.<sup>8</sup>

f. Bertanggung Jawab

Merupakan tanggung jawab seorang pengusaha tidak hanya pada material, tetapi juga moral kepada berbagai pihak. Bertanggung jawab terhadap segala aktivitas yang dijalankan baik sekarang maupun yang akan datang.

g. Komitmen pada berbagai pihak

Merupakan ciri yang harus di pegang teguh dan harus di tepati. Komitmen untuk melakukan sesuatu memang merupakan kewajiban untuk segera ditepati dan direalisasikan.

h. Mengembangkan dan Memelihara Hubungan Baik Dengan Berbagai Pihak

Yaitu hubungan baik yang perlu dijalankan antara lain kepada para pelanggan, pemasok serta masyarakat luas.

3. Manfaat Wirausaha

Thomas W. Zimmerer merumuskan manfaat berwirausaha adalah:<sup>9</sup>

a. Memberi peluang dan kebebasan untuk mengendalikan nasib sendiri

Memiliki usaha sendiri akan memberikan kebebasan dan peluang bagi pebisnis untuk mencapai tujuan hidupnya dan guna mewujudkan cita-citanya.

---

<sup>8</sup> Kasmir, *Op Cit*, h. 31.

<sup>9</sup> Leonardus Saiman, *Kewirausahaan Teori, Praktik dan Kasus-kasus*, (Jakarta: Salemba Empat, 2009), h. 44-45

b. Memberi peluang melakukan perubahan

Semakin banyak pebisnis yang memulai usahanya karena mereka banyak menangkap peluang usaha melakukan berbagai perubahan yang menurut mereka sangat penting.

c. Memberi peluang untuk mencapai potensi diri sepenuhnya

Banyak orang menyadari bahwa orang bekerja disuatu perusahaan sering kali membosankan kurang menantang dan tidak ada daya tarik. Bagi wirausahawan tidak banyak perbedaan antara bekerja dan menyalurkan hobi, keberhasilan mereka adalah suatu hal yang ditentukan oleh kreativitas, inovasi dan visi mereka sendiri.

d. Memiliki peluang untuk meraih keuntungan seoptimal mungkin

Keuntungan berwirausaha merupakan faktor motivasi yang penting untuk mendirikan usaha sendiri,

e. Memiliki peluang untuk berperan aktif dalam masyarakat dan mendapatkan pengakuan atas usahanya

Pemilik menyukai kepercayaan dan pengakuan yang diterima dari pelanggan yang dilayani. peran penting dalam sistem bisnis dilingkungan setempat serta kesadaran bahwa kerja memiliki dampak nyata dalam melancarkan fungsi sosial dan ekonomi.

f. Memiliki peluang untuk melakukan sesuatu yang disukai untuk menumbuhkan rasa senang dalam mengerjakannya

Kebanyakan wirausahawan berhasil masuk dalam bisnis tertentu karena mereka tertarik dan menyukai pekerjaan itu, mereka

menyalurkan hobi atau kegemaran mereka menjadi pekerjaan mereka dan senang melakukannya.

Keberhasilan dan kegagalan wirausaha sangat dipengaruhi oleh berbagai faktor baik internal dan eksternal. Faktor internal yang mempengaruhi meliputi kemauan, kemampuan dan kelemahan. Sedangkan faktor yang berasal dari eksternal adalah kesempatan atau peluang.<sup>10</sup>

#### 4. Berwirausaha Menurut Pandangan Islam

Islam sebagai agama Allah yang sempurna memberikan petunjuk kepada manusia tentang bidang usaha yang halal, cara berusaha, dan bagaimana manusia harus mengatur hubungan kerja dengan sesama mereka supaya memberikan manfaat yang baik untuk kepentingan bersama. Dalam berwirausaha perlu adanya kesungguhan bagi seorang pengusaha tersebut seperti: kejujuran, tanggap, cerdas, tawakkal.

Ajaran Islam mendorong umatnya bekerja keras. Beberapa ayat Al-Qur'an dan hadits yang berhubungan dengan semangat kerja keras dan kemandirian. Seperti H.R. Bukhari dan Muslim yang berbunyi: *"amal yang paling baik adalah pekerjaan yang dilakukan dengan cucuran keringatnya sendiri"*. (H.R. Bukhari dan Muslim).

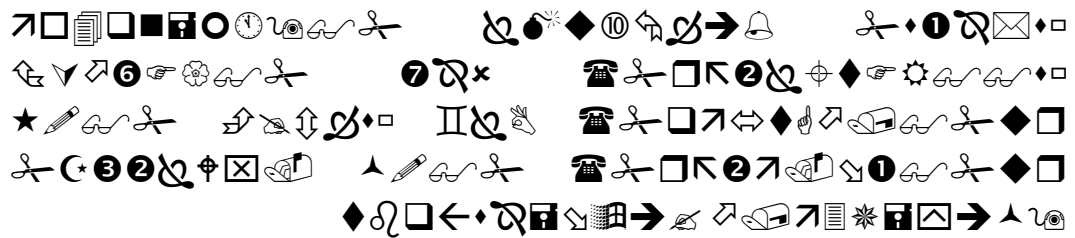
Maksudnya bahwa nabi mendorong umatnya untuk bekerja keras supaya memiliki kekayaan, sehingga dapat memberikan sesuatu pada orang lain.

Terdapat juga pada Al-Qur'an surat Al-Jumu'ah ayat 10 yang berbunyi:

---

<sup>10</sup> Suaryadi dan Purwanto, *Kewirausahaan Membangun Usaha Sukses Sejak Usia Muda* (Jakarta: Salemba Empat, 2007), h. 42.





Artinya: “*Apabila Telah ditunaikan shalat, Maka bertebaranlah kamu di muka bumi dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung*”.

Maksud dari ayat diatas, apabila shalat telah ditunaikan maka bertebarlah kamu dimuka bumi dan carilah karunia (rizki) Allah, dengan tujuan untuk mencari nafkah. Ayat ini juga menegaskan kepada manusia agar selalu giat dalam melaksanakan segala usaha yang halal untuk memenuhi kebutuhannya.

Dalam Islam kewirausahaan adalah segala aktivitas bisnis yang diusahakan secara perniagaan dalam rangka memproduksi suatu barang atau jasa dengan jalan tidak bertentangan dengan syariat. Wirausaha juga dapat dikatakan sebagai orang yang melawan persaingan dalam bidang ekonomi, sesuai dengan norma hukum, agama dan ekonomi maka dia termasuk sebagai wirausaha yang handal dalam menjalankan strategi-strategi yang telah dilaksanakan dalam bidang ekonomi.

## C. Pemasaran

### 1. Pengertian Pemasaran

Secara umum pemasaran dapat diartikan sebagai sebagai suatu proses sosial yang merancang dan menawarkan sesuatu yang menjadi kebutuhan dari pelanggan dalam rangka memberikan kepuasan yang optimal kepada pelanggan.

Menurut Philip Kotler pengertian pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial yang didalamnya individu dan kelompok memperoleh apa yang

dibutuhkan dan diinginkan dengan cara menciptakan serta mempertukarkan produk dengan pihak lain.

Pemasaran yang dirumuskan oleh persatuan pemasaran amerika pada tahun 1985 bahwa pengertian pemasaran adalah proses perencanaan dan pelaksanaan, pemberian harga, promosi dan distribusi dari barang-barang, jasa dan gagasan untuk menciptakan pertukaran dengan kelompok sasaran yang memenuhi tujuan pelanggan dan organisasi.<sup>11</sup>

Jadi pengertian pemasaran dapat diartikan sebagai upaya untuk memenuhi Kebutuhan konsumen melalui penciptaan produk atau jasa yang dibeli oleh pelanggan yang membutuhkan melalui proses tukar menukar.

## 2. Konsep Kegiatan Pemasaran

Konsep ini dapat digambarkan pada gambar dibawah ini:

**GAMBAR III.1**  
**Konsep kegiatan Pemasaran**



Konsep dari kegiatan pemasaran meliputi beberapa hal diantaranya adalah:<sup>12</sup>

### a. Kebutuhan atau Keinginan

Konsep paling dasar yang melandasi pemasaran adalah kebutuhan manusia. Manusia mempunyai banyak kebutuhan yang kompleks. Kebutuhan secara umum terbagi atas kebutuhan primer, sekunder dan tersier. Semua ini

---

<sup>11</sup> Thamrin Abdullah dan Francis Tantri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2012), h. 22.

<sup>12</sup> M. Nur Rianto Al Arif, *Op Cit*, h. 7.

termasuk kebutuhan fisik dasar akan makanan, pakaian, keamanan, kebutuhan sosial akan rasa memiliki dan kasih sayang, dan kebutuhan individual akan pengetahuan dan mengekspresikan diri. Semua kebutuhan ini tidak diciptakan oleh pemasar, semuanya merupakan bagian mendasar manusia.

Keinginan adalah bentuk kebutuhan manusia yang dihasilkan oleh budaya dan kepribadian individual. Manusia mempunyai keinginan yang nyaris tanpa batas tetapi sumber daya yang dimilikinya terbatas. Jadi, mereka ingin memilih produk yang memberi nilai dan kepuasan paling tinggi untuk sumber daya yang mereka miliki. Dengan keinginan dan sumber daya yang mereka miliki, manusia menciptakan permintaan akan produk dengan manfaat yang mampu memberikan kepuasan paling tinggi. Sehingga setiap orang mempunyai keinginan yang dapat berbeda antar individu satu dengan individu lainnya.

#### b. Produk

Manusia memenuhi kebutuhan dan keinginan dengan barang dan jasa atau produk. Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk diperhatikan, dimiliki, digunakan atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan. Istilah produk mencakup barang fisik, jasa, dan berbagai sarana lain yang dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen<sup>13</sup>.

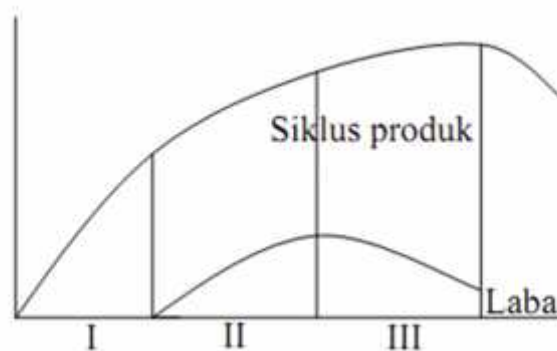
Laba yang diperoleh dari suatu produk dapat berubah-ubah pada waktu yang berbeda. Dengan mempelajari siklus usaha produk di perkirakan dapat menghadapi permasalahan dalam pemasaran suatu produk, sehingga dapat

---

<sup>13</sup> *Ibid*, h. 8.

dirumuskan rencana pemasaran produk tersebut secara lebih baik. Dapat dilihat pada gambar sebagai berikut.

**GAMBAR III.2**  
**Siklus Usaha Produk**



Secara umum ada beberapa siklus hidup produk diantaranya<sup>14</sup>:

1. Tahap pengenalan. Pada tahap ini penjualan masih kecil tetapi mulai perlahan meningkat. Perusahaan baru memperkenalkan produk dan baru akan memasuki pasar.
2. Tahap pertumbuhan. Pada tahap ini produk sudah mulai diterima pasar kemudian penjualan sudah semakin besar dan laba sudah semakin meningkat.
3. Tahap kedewasaan/pematangan. Dalam tahap ini penjualan terus meningkat dan akan mencapai puncaknya, kemudian turun secara perlahan karena para pesaing yang masuk dalam industri atau segmen pasar tersebut. Sedangkan labanya relatif stabil.

---

<sup>14</sup> *Ibid*, h. 148-151.

4. Tahap penurunan. Dalam tahap ini penjualan menurun dengan cepat, seiring dengan penurunan tersebut maka laba pun semakin menurun dan pada akhirnya akan rugi.

Umumnya pemasaran setiap produk melalui tahapan yang terdapat dalam siklus usaha produk, yang terdiri dari empat tahapan tersebut, yaitu: pengenalan, pengembangan, kedewasaan/pematangan, dan tahapan penurunan.

**TABEL III.1**  
**Ikhtisar Siklus Hidup Produk**

<b>Karakteristik</b>	<b>Perkenalan</b>	<b>Pertumbuhan</b>	<b>Kedewasaan/ kematangan</b>	<b>Penurunan</b>
Penjualan	Penjualan rendah	Penjualan meningkat dengan cepat	Puncak penjualan	Penjualan menurun
Biaya	Biaya per pelanggan tinggi	Biaya rata-rata per pelanggan	Biaya per pelanggan rendah	Biaya per pelanggan rendah
Laba	Negatif	Laba meningkat	Laba tinggi	Laba menurun
Pelanggan	Inovator	Pemakai awal	Mayoritas tengah	Pemakai terlambat
Pesaing	Sedikit	Jumlahnya bertambah	Jumlah stabil	Jumlahnya menurun

Perusahaan harus mampu menciptakan suatu produk, yang mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen serta yang mampu memberikan kepuasan paling tinggi terhadap konsumen. Produk yang berkualitas tinggi akan mampu memberikan kepuasan paling tinggi kepada konsumen.

#### c. Pertukaran atau Transaksi

Pemasaran terjadi ketika orang memutuskan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan lewat pertukaran. Pertukaran yang merupakan konsep inti dari pemasaran, mencakup perolehan produk yang diinginkan dari seseorang dengan

menawarkan sesuatu sebagai gantinya. Sifat pertukaran merupakan sifat yang sunatullah dari manusia, terlihat dari bentuk pertukaran yang dilakukan mulai dari barter yaitu pertukaran barang dengan barang sampai dengan pertukaran barang dengan uang yang kita lakukan saat ini dalam transaksi sehari-hari. Pertukaran disini dapat pula bermakna pertukaran manfaat produk yang dimiliki perusahaan kepada konsumen.

Supaya muncul suatu potensi pertukaran, berikut syarat-syarat yang harus dipenuhi:

1. Sekurang-kurangnya ada dua pihak yang melakukan pertukaran.
2. Masing-masing pihak memiliki sesuatu produk yang bernilai untuk ditukarkan dengan pihak lain.
3. Masing-masing pihak mampu berkomunikasi dan menyerahkan sesuatu.
4. Masing-masing pihak bebas untuk menerima atau menolak tawaran untuk melakukan pertukaran.
5. Masing-masing pihak yakin bertransaksi merupakan cara yang tepat dan diinginkan.

Suatu transaksi merupakan pertukaran nilai antara dua pihak. Ada beberapa aspek dalam transaksi : sedikitnya ada dua barang yang memiliki nilai, syarat-syarat yang disetujui, serta waktu dan tempat persetujuan. Transaksi merupakan salah satu bagian dari suatu ide pemasaran.

Semakin lama pemasaran semakin bergeser dari memaksimalkan keuntungan dari setiap transaksi kemaksimalkan hubungan saling menguntungkan

dengan mitranya. Prinsip dasarnya adalah dengan membangun hubungan baik, transaksi yang menguntungkan akan datang sendiri.

d. Pangsa Pasar

Pangsa pasar merupakan besarnya bagian atau luasnya total pasar yang dapat dikuasai. Definisi pangsa pasar menurut Kotler adalah Proporsi atau prosentase dari hasil penjualan.

Setiap perusahaan selalu berusaha untuk dapat tetap hidup berkembang dan mampu bersaing dalam rangka inilah maka setiap perusahaan selalu menetapkan dan menerapkan strategi dan cara pelaksanaan kegiatan pemasarannya, kegiatan pemasaran yang dilakukan diarahkan untuk mencapai sasaran perusahaan yang dapat berupa tingkat laba yang diperoleh perusahaan dalam jangka panjang dan share pasar tertentu serta total unit dan total volume penjualan tertentu dalam suatu jangka waktu tertentu.

Pengarahannya kegiatan pemasaran tersebut hanya mungkin dapat dilakukan dengan menetapkan garis-garis besar kebijakan pemasaran tentunya sejalan dengan konsep pemasaran, yang menekankan pemberian pelayanan yang memuaskan kepada konsumen, melalui kegiatan dan strategi pemasaran yang terpadu dan memungkinkan diperolehnya keuntungan atau laba dalam jangka panjang.<sup>15</sup>

---

<sup>15</sup> Peter Paul dan Olson Jerry, *Consumer Behavior Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2000), h.95.

Suatu pasar sasaran terdiri dari sekumpulan konsumen yang memiliki kebutuhan dan keinginan yang berbeda yang akan dilayani usaha. Menurut Kotler Ada lima pemilihan pasar sasaran yaitu<sup>16</sup>:

- a. Kosentrasi segmen tunggal: dalam hal ini, perusahaan memilih sebuah segmen tunggal melalui pemasaran untuk mendapatkan pengetahuan yang kuat tentang kebutuhan segmen dan meraih posisi pasar yang kuat.
- b. Spesialisasi produk: dalam hal ini, perusahaan berkonsentrasi dalam menghasilkan produk tertentu yang dijualnya pada beberapa segmen.
- c. Spesialisasi pasar: dalam hal ini, perusahaan berkonsentrasi dalam melayani banyak kebutuhan dari suatu kelompok pelanggan tertentu.

Kesuksesan wirausaha dalam menghasilkan produk sangat ditentukan oleh kemampuan dalam melakukan perencanaan pemasaran yang termasuk dalam keunggulan bersaing atau daya saing. Wirausaha dapat menciptakan daya saing dengan berbagai cara seperti<sup>17</sup>:

- a. Melakukan aktivitas bisnis dengan berorientasi pada keinginan dan kebutuhan pelanggan.
- b. Melakukan hubungan pemasaran dengan cara meningkatkan perhatian pada pelanggan dan mampu bekerja sama dengan mitra bisnis.
- c. Memberikan produk dengan kualitas tinggi dalam melayani pelanggan.
- d. Mengembangkan kecepatan pasar dengan sistem seperti penyediaan produk, distribusi, penentuan harga untuk memuaskan pelanggan agar kebutuhannya terpenuhi.

---

<sup>16</sup> Kotler Philip, *Manajemen Pemasaran, Analisis, Planning and Control*, jilid II, (Jakarta: Erlangga, 1997), hlm. 338.

<sup>17</sup> R. Heru kristanto, *Op Cit*, h. 104-105.



### 3. Bauran Pemasaran

Dalam menghadapi pasar sasarannya perusahaan memiliki seperangkat alat-alat pemasaran yang sangat berperan untuk memperoleh dampak maximum terhadap pasar. Alat-alat pemasaran tersebut terangkum dalam bauran pemasaran perusahaan. Bauran pemasaran merupakan serangkaian dari variabel pemasaran yang dapat dikuasai oleh perusahaan dan digunakan untuk mencapai tujuan dalam pasar sasaran<sup>18</sup>.

Sebagai salah satu strategi pemasaran yang mengandung empat pilar penting untuk dapat menguasai pangsa pasar, bauran pemasaran mempunyai unsur-unsur sebagai berikut:

#### a. Produk

Salah satu komponen bauran pemasaran yang penting adalah produk. Strategi produk dalam hal ini adalah menetapkan cara dan penyediaan produk yang tepat bagi pasar yang dituju sehingga dapat memuaskan para konsumennya dan dapat meningkatkan keuntungan usaha melalui peningkatan penjualan<sup>19</sup>. produk adalah barang atau jasa yang dihasilkan untuk digunakan oleh konsumen guna memenuhi kebutuhannya dan memberikan kepuasan.

Pada dasarnya produk produk yang dibeli konsumen itu dapat dibedakan atas tiga tingkatan yaitu:

1. Produk inti merupakan dasar yang diperoleh atau di dapatkan oleh seorang konsumen dari produk tersebut.

---

<sup>18</sup> M. Nur Rianto Al Arif, *Op Cit*, h. 14.

<sup>19</sup> Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2009) h. 199.

2. Produk formal merupakan bentuk model, kualitas, merek dan kemasan yang menyertai produk tersebut.
3. Produk tambahan merupakan produk dengan berbagai jasa yang menyertainya seperti pelayanan, pemasangan, pemeliharaan dan pengangkutan.

b. Harga

Harga merupakan suatu elemen penting bauran pemasaran yang menghasilkan penerimaan penjualan. Kebijakan dalam menentukan harga memerlukan informasi, fakta dan analisa yang mendalam sehingga harga akan cocok menurut pelanggan.

Harga yang ditetapkan harus sesuai dengan tujuan perusahaan. Adapun tujuan penentuan strategi harga secara umum adalah<sup>20</sup>:

1. Untuk bertahan hidup

Penetapan harga dibuat murah tujuannya supaya produk laku dipasaran.

Dengan harga yang murah tetapi masih mendapatkan margin.

2. Untuk memaksimalkan laba

Keputusan strategi harga bertujuan agar penjualan meningkat sehingga laba menjadi maksimal.

3. Untuk memperbesar market share

Tujuan penetapan strategi harga Adalah untuk memperluas jumlah pelanggan. Penetapan harga yang relatif murah diharapkan dapat

---

<sup>20</sup> Kasmir, *Op Cit*, h. 191-192.

meningkatkan pelanggan dan pelanggan pesaing akan beralih ke produk yang kita tawarkan.

#### 4. Mutu produk

Untuk memberikan kesan bahwa produk yang ditawarkan memiliki kualitas yang tinggi.

Besarnya nilai harga yang di pasang harus disesuaikan dengan tujuan penentuan harga. Salah satu metode dalam penentuan harga produk yaitu modifikasi harga. Modifikasi harga dapat dilakukan melalui:

##### a. Menurut pelanggan

Biasanya harga diputuskan lebih murah oleh pelanggan.

##### b. Menurut bentuk produk

Harga ditetapkan berdasarkan bentuk, ukuran dan kelebihan yang dimiliki oleh suatu produk.

##### c. Menurut tempat

Harga ditetapkan berdasarkan lokasi, hal ini dilakukan karena setiap wilayah memiliki daya beli.

##### b. Menurut waktu

Harga produk ditetapkan berdasarkan periode tertentu.

##### c. Distribusi/tempat

Strategi perusahaan dalam mendistribusi produknya mulai dari produsen ke konsumen. Distribusi adalah cara memilih dan menentukan metode yang dipakai dalam menyalurkan produk ke pasar yang dituju untuk itu wirausaha harus

mampu memilih yang tepat dalam distribusi produk<sup>21</sup>. Strategi distribusi penting dalam upaya perusahaan melayani konsumen tepat waktu dan tepat sasaran.

Pengelolaan distribusi secara tepat akan membawa manfaat bagi perusahaan seperti peningkatan laba, meningkatkan kepuasan pelanggan, berkurangnya keluhan dan meningkatkan reputasi perusahaan. Sedangkan keterlambatan dalam penyaluran mengakibatkan perusahaan kehilangan waktu dan kualitas barang serta diambilnya kesempatan oleh pesaing. Oleh karena itu, perusahaan harus memiliki strategi untuk mencapai target pasar.

Penentuan saluran distribusi untuk produk industri yang terdiri dari:

- a. Produsen-pemakai barang industri
- b. Produsen-dealer-pemakai barang industri
- c. Produsen-agen-dealer-pemakai barang industri
- d. Promosi

Suatu produk yang bermanfaat akan tetapi tidak dikenal oleh konsumen, maka produk tersebut tidak akan diketahui manfaatnya dan tidak dibeli oleh konsumen. Dalam kegiatan ini perusahaan berusaha mempromosikan produk yang dimilikinya baik langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, promosi merupakan bentuk komunikasi yang dirancang untuk menginformasikan tentang produk kepada pelanggan untuk mempengaruhi mereka agar membeli barang tersebut.

---

<sup>21</sup> Po Abas Sunarya, Sudaryono, dan Asep Saefullah, *Op Cit*, h. 244.

Ada empat macam sarana promosi yang dapat digunakan pengusaha dalam mempromosikan produk yaitu:

a. Periklanan

Iklan dapat dipasang di berbagai media seperti pencetakan brosur yang disebar di tempat-tempat strategis, pemasangan spanduk, pemasangan iklan melalui media cetak seperti majalah, koran dan buku. Serta pemasangan iklan melalui media elektronik, seperti internet, radio dan televisi.

b. Promosi penjualan

Bertujuan untuk meningkatkan penjualan dan jumlah pelanggan. Promosi ini dilakukan untuk menarik pelanggan agar membeli produk yang ditawarkan.

c. Publisitas

Kegiatan yang dilakukan melalui pameran, bakti sosial agar dapat meningkatkan pamor perusahaan di mata konsumen.

d. Penjualan pribadi

Penjualan produk yang dilakukan secara langsung atau door to door, dari pintu ke pintu.

4. Pemasaran Menurut Pandangan Islam

Dalam melakukan aktifitasnya Nabi Muhammad selalu mengedepankan akhlak dan moral yang baik serta menggunakan konsep-konsep dagang. Adapun konsep-konsep tersebut dapat dilihat sebagai berikut:

### 1. Konsep Produk

Konsep produk yang dilakukan oleh Nabi Muhammad SAW selalu menjelaskan dengan baik kepada para pembelinya akan kelebihan dan kekurangan produk dan bersikap jujur. Kejujuran adalah kunci utama dalam perniagaan. Jika kita menjual produk dengan segala kelebihan dan kekurangan kita ungkapkan secara jelas, maka yakin produk itu akan terjual dan juga akan dipercayai oleh konsumen kita.

### 2. Konsep Harga

Konsep harga pada masa Nabi Muhammad SAW yaitu tidak diperbolehkannya pembatasan harga komoditi. Sebagaimana sabda Nabi Muhammad SAW dalam (HR. Bhukori, dari Abdullah bin Umar Ra.) bersabda : *"Janganlah kamu menjual menyaingi penjualan saudaramu"*. Menentukan harga dalam jual beli harus sesuai dengan nilai suatu barang, dapat menguntungkan pihak pengusaha terhadap konsumen yang akan di raih dengan sendirinya.

### 3. Konsep Distribusi/tempat

Yang ingin ditekankan oleh Muhammad SAW adalah sebuah proses distribusi harus sesuai dengan peraturan yang telah disepakati bersama dan tidak ada pihak yang dirugikan baik dari pihak produsen, distributor, agen, penjual eceran dan konsumen.

### 4. Konsep Promosi

Dalam promosi Nabi Muhammad SAW tidak pernah melebih-lebihkan dengan maksud untuk memikat pembeli. Nabi Muhammad

SAW menyatakan bahwa seorang penjual harus menjauhkan diri dari sumpah-sumpah yang berlebihan dalam menjual suatu barang. Nabi Muhammad SAW menekankan agar tidak melakukan sumpah palsu.

Pemasar syariah merupakan penerapan suatu disiplin bisnis yang sesuai dengan nilai dan prinsip syariah. Pemasaran syariah berperan untuk perusahaan, diharapkan dapat bekerja dan bersikap profesional serta menumbuhkan kepercayaan konsumen. Ada 4 karakteristik yang terdapat dalam pemasaran syariah yaitu

1. Ketuhanan (*Rabbaniyah*)

Ciri khas pemasar syariah adalah sifatnya yang religius. Seorang pemasar syariah selalu merasa bahwa Allah senantiasa mengawasinya sehingga ia akan mampu untuk menghindari segala macam perbuatan yang menyebabkan orang lain tertipu atas produk-produk yang dijualnya. Dengan konsep ini seorang pemasar syariah akan sangat hati-hati dalam perilaku pemasaran dan berusaha untuk tidak merugikan konsumen.

2. Etis (*Akhlaqiyyah*)

Pemasaran syariah merupakan konsep pemasaran yang sangat mengedepankan nilai-nilai moral dan etika tanpa peduli dari agama manapun. Seorang pemasar syariah harus menjunjung tinggi etika dalam melakukan aktivitas pemasarannya salah satunya dengan tidak memberikan janji manis yang tidak benar serta selalu mengedepankan kejujuran dalam menjelaskan tentang kualitas produk yang ditawarkan.

3. Realistis

Realistis merupakan konsep pemasaran yang fleksibel. Seorang pemasar syariah harus tetap berpenampilan bersih, rapi dan bersahaja.

#### 4. Humanistis (*Insaniah*)

Pemasar syariah tidak boleh melakukan segmentasi pasar hanya berdasarkan kepada ras, warna kulit, kebangsaan dan status seluruh masyarakat. Akan tetapi marketing syariah yang humanistis diciptakan untuk manusia sesuai kapasitasnya.

Ada beberapa nilai dalam pemasaran syariah yang mengambil konsep dari sifat keteladanan Rasulullah SAW yaitu:

##### 1. *Siddiq*

Memiliki kejujuran yang melandasi ucapan, keyakinan, serta perbuatan berdasarkan ajaran islam.

##### 2. *Fathanah*

Berkaitan dengan kecerdasan seperti : Memahami, menghayati dan mengerti secara mendalam segala yang terjadi dalam tugas dan kewajiban.

##### 3. *Amanah*

Memiliki makna tanggung jawab dalam melaksanakan setiap tugas dan kewajiban

##### 4. *Tabligh*

Mengajak sekaligus memberikan contoh kepada pihak lain untuk melaksanakan ketentuan-ketentuan ajaran islam dalam setiap gerak aktivitas ekonomi yang dilakukan sehari-hari.



#### 5. *Istiqamah*

Konsisten dalam hal ini memberikan makna seorang pemasar syariah dalam praktik pemasarannya selalu istiqamah dalam penerapan aturan syariah.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Kreativitas Wirausaha Dalam Mendapatkan Peluang Pemasaran Produk Stainles Steel di Anugrah Mitra Mandiri Pekanbaru**

Di dalam perkembangan dunia usaha stainles steel sangat cepat sehingga tingkat persaingan produk di pasar begitu tajam baik dari segi kualitas, selera maupun harga harus mencerminkan kebutuhan dan keinginan konsumen. Adapun yang mencakup tentang kreativitas wirausaha dalam Mendapatkan Peluang Pemasaran Produk Stainles Steel di Anugrah Mitra Mandiri Pekanbaru yang sesuai dengan bauran pemasaran dapat di lihat sebagai berikut:

##### **1. Produk**

Usaha stainles steel di Anugrah Mitra Mandiri mengawali aktivitas usahanya dari memproduksi stainles steel seperti tangga dan pagar dengan menjual produknya ke daerah pemasarannya yaitu daerah Pekanbaru saja. Dengan perkembangan usahanya maka sejak tahun 1998 jenis usaha stainles steel yang di produksi yaitu pegangan tangga, pagar, kanopi, gerobak makan rumah sakit, tiang infus dan pembatas shaf masjid serta pesanan yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen.

Aktivitas yang dilakukan oleh pemilik/pimpinan usaha stainles steel sehari-hari merupakan proses untuk memproduksi hasil pengolahan stainles steel menjadi sebuah karya yang kreatif. Seperti, pegangan tangga, pagar, tiang infus, meja operasi, tempat tidur rumah sakit serta tempat makan orang sakit dan kebutuhan konsumen lainnya.

Dalam pembuatan stainless steel menjadi sebuah karya atau barang sesuai keinginan konsumen, pemilik/pimpinan beserta karyawannya melakukan proses pembuatan yang sangat teliti. Adapun tahapan-tahapan pembuatan yang dilakukan secara umum yaitu:

- a. Pemilihan bahan baku. Bertujuan untuk memilih bahan-bahan yang akan digunakan dalam proses pembuatan.
- b. Pengukuran. Pengukuran dilakukan agar proses pembuatan berjalan dengan baik sehingga dapat memperkecil resiko terjadinya kesalahan-kesalahan.
- c. Pembengkokan. Bertujuan untuk membentuk suatu kreasi sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen.
- d. Finishing akhir. Berupa tahap akhir dari semua proses pembuatan bahan mentah stainless steel menjadi bahan jadi sesuai keinginan konsumen.

Dari keempat tahapan tersebut setiap tahapan harus memiliki keahlian khusus sehingga perlu pembelajaran yang baik dari setiap karyawan-karyawan usaha stainless steel Anugrah Mitra Mandiri. Dalam proses pemasaran pemilik/pimpinan usaha stainless steel telah memiliki wilayah tersendiri diantaranya di wilayah Riau dan Sumatera Barat.

Adapun peralatan yang digunakan untuk proses pembuatan Stainless Steel meliputi :

- a. Bor duduk. Fungsinya untuk pengeboran pada stainless steel yang lebih besar.

- b. Mesin potong. Berfungsi untuk memotong bagian-bagian stainless steel untuk proses pembuatan.
- c. Travo. Berfungsi untuk perangkat alat pengelas stainless steel supaya stabil.
- d. Tabung Argon. Yang isinya berupa gas argon khusus untuk stainless steel.
- e. Bending. Berfungsi untuk pembengkokan pipa stainless steel yang besar yang memiliki ukuran tertentu dan membuat lingkaran.

Usaha stainless steel di Anugrah Mitra Mandiri Pekanbaru pada tabel dibawah ini dapat dilihat jenis desain produk.

**Tabel IV. 1**  
**Jenis Desain Produk**

No	Jenis Desain Produk	Nama Motif
1	Kanopi	Kanopi lengkung dan minimalis
2	Pagar	Minimalis dan Minimalis Ulir
3	Pegangan Tangga	Minimalis bulat ulir dan petak ulir
4	Tiang infus	-
5	Gerobak makan rumah sakit	-
6	Pembatas shaf masjid	-

Sumber :Wawancara kepada Pemilik usaha Stainless Steel Anugrah Mitra Mandiri

Dari jenis desain produk yang ada pada tabel IV.1 terdapat beberapa jenis desain produk yang memiliki nama motif. Produk stainless steel ini memiliki banyak peminat terutama golongan masyarakat menengah ke atas.

Adapun nilai kreativitas yang dimiliki oleh usaha stainless steel di Anugrah Mitra Mandiri Pekanbaru dari hasil produksi tersebut diantaranya:

- a. Kanopi. Kanopi yang dibuat oleh wirausaha stainless steel terdiri dari dua jenis motif yaitu kanopi lengkung yang dibuat berbentuk lengkung pada bagian atapnya dan pipa stainless steel yang digunakan berbentuk bulat.

Sedangkan Kanopi minimalis dibuat berbentuk datar pada bagian atapnya dan pipa stainless steel yang digunakan berbentuk kotak.

- b. Pagar. Pagar yang di buat oleh wirausaha stainless steel terdiri dari dua jenis motif yaitu minimalis dan minimalis ulir. Minimalis dibuat dari bahan stainless steel berbentuk kotak sedangkan minimalis ulir dibuat dari bahan stainless steel berbentuk bulat. Nilai kreatif dari pagar stainless steel adalah dengan melihat kondisi rumah yang akan diberi pagar dan sesuai dengan selera konsumen.
- c. Pegangan Tangga. Pegangan tangga yang di buat oleh wirausaha stainless steel terdiri dari dua jenis motif yaitu minimalis bulat ulir dan minimalis petak ulir. Minimalis bulat ulir dibuat dengan menggunakan bahan stainless steel berbentuk bulat sedangkan minimalis petak ulir dibuat dengan bahan stainless steel berbentuk kotak. Proses pembuatannya tergantung dari jenis tangga yang akan di beri pegangan tangga, nilai kreatif dari pegangan tangga ini ketika pemilik usaha memberi pendapat atau desain-desain tentang bentuk pegangan tangga kepada konsumen.
- d. Tiang infus. Dalam hal ini tiang infus tidak memiliki nama motif. Apabila dilihat dari nilai kreatifnya tiang infus yang dibuat oleh Usaha Stainless steel ada 2 macam. Pertama tiang infus berukuran pendek memiliki 4 roda dan 1 gantungan saluran infus, yang kedua tiang infus berukuran panjang memiliki 6 roda dan 2 gantungan saluran infus.
- e. Gerobak makan rumah sakit. Berbentuk petak dengan 4 tiang sebagai sanggahan, memiliki 2 sampai 4 tingkat sesuai pesanan. Tiang sanggahan

menggunakan pipa petak stainless steel dengan bagian bawah tiang di beri roda.

- f. Pembatas shaf masjid. dalam hal ini proses pembuatan pembatas shaf masjid sesuai dengan pesanan. Biasanya pipa stainless steel yang digunakan berbentuk bulat. Pada bagian bawah di beri lempengan stainless steel dan bagian atas di kosongkan untuk meletakkan hordennya.

Adapun yang membedakan hasil dari produk stainless steel di Anugrah Mitra Mandiri dengan usaha-usaha yang lain dapat dilihat dari bahan dasarnya. Bahan dasar yang digunakan dalam proses pembuatan terbuat dari stainless steel yaitu baja putih yang tidak mudah berkarat. Kemudian proses pembuatannya membutuhkan keahlian khusus berupa keterampilan yang terlatih dan pengalaman yang baik, dalam proses pembuatan juga membutuhkan ketenangan.

Dari beberapa jenis produk yang di buat oleh usaha stainless steel Anugrah Mitra Mandiri Pekanbaru, produk yang paling banyak di minati oleh konsumen di pasaran adalah pembuatan pagar minimalis. Hal ini memiliki alasan untuk menjaga keamanan rumah serta memiliki desain yang sederhana dan harga yang terjangkau selain itu juga bisa membuat rumah tampil lebih indah. Bagi pemilik stainless steel produk yang paling menguntungkan adalah pagar minimalis ulir dengan beragam desain, selain pembuatannya yang rumit juga harganya lebih tinggi. Sehingga keuntungan yang di dapat juga lebih banyak.

Usaha stainless steel Anugrah Mitra Mandiri lebih bersifat kreatif membuat sesuatu yang berbeda untuk mengembangkan usahanya dan memberikan

kepuasan kepada pelanggan. Dalam bentuk wawancara kepada bapak Efendi Jafri, beliau mengungkapkan bahwa:

“Kreativitas wirausaha dalam memproduksi barang dan cara mendapatkan ide- ide baru dalam memproduksi barang, biasanya saya meluangkan waktu untuk berfikir serta membuat catatan kecil dan membuat desain gambar-gambar dibuku kemudian di aplikasikan satu persatu”<sup>1</sup>.

Dengan membuat catatan kecil dan membuat desain gambar-gambar dibuku bapak Efendi Jafri mendapatkan ide-ide baru yang akan dituangkan. Setiap apa yang terlintas difikiran bapak Efendi Jafri selalu di catat dan di aplikasikan satu persatu mana yang kelihatan bagus.

Selain itu, untuk mendapatkan ide kreatif pemilik usaha stainless steel di anugrah mitra mandiri juga melakukan upaya membeli buku-buku tentang usaha stainless steel dan melihat perkembangan zaman melalui televisi dan internet dengan tujuan untuk memunculkan suatu ide yang kreatif sehingga dalam proses pembuatan pemilik maupun karyawan usaha stainless steel di Anugrah Mitra Mandiri tidak kehabisan ide-ide dalam memproduksi barang.

Untuk mengembangkan produk dari usahanya dalam memberikan kepuasan kepada pelanggan dimana pemilik usaha sebagai seorang wirausaha agar berhasil maka harus bekerja keras dan selalu mengembangkan ide-ide baru bagi kelangsungan usahanya. Menurut bapak Efendi Jafri sebagai pemilik usaha stainless steel. Pengembangan ide merupakan kunci utama yang sangat penting untuk kemajuan usahanya.

---

<sup>1</sup> Efendi Jefri, Pemilik Usaha Stainless Steel Anugrah Mitra mandiri, *Wawancara*, Pekanbaru, 18 Mei 2013.

Dalam memutuskan desain model-model produk stainless steel yang akan diproduksinya, dimana menurut bapak Efendi Jafri ada beberapa hal yang harus dilakukan untuk mengetahui selera konsumen terhadap produk stainless steel dilakukan dengan cara meminta informasi kepada konsumen misalnya kesenangan apa yang mereka inginkan berkaitan dengan produk yang akan mereka pesan sehingga didalam proses pelayanan diharapkan bisa menjadi acuan untuk menciptakan model-model sesuai permintaan konsumen.

Menurut bapak Deni sebagai tim desain yang di wawancara peneliti, beliau mengatakan:

“Dalam melakukan desain biasanya saya tergantung pada kondisi jenis dan tempat seperti membuat pagar rumah, untuk membuat desainnya saya harus melihat kondisi rumahnya. Kemudian saya desain gambar pagar yang sesuai dengan rumah tersebut”<sup>2</sup>.

Dari wawancara tersebut ternyata desain dari model-model produk stainless steel ini benar-benar membutuhkan ide maupun gagasan yang matang serta pengalaman yang luas. Sebagaimana yang disebutkan bapak Deni sebagai tim desain yaitu kondisi atau tempat sangat berpengaruh terhadap hasil dari produk jadi stainless steel.

Sebagai contoh: proses pembuatan pagar rumah. Untuk menghasilkan pagar yang indah dan memiliki kreasi seni yang tinggi, tim desain harus melakukan survei lokasi atau melihat kondisi rumah yang akan di beri pagar, sehingga dengan melihat kondisi rumah tersebut maka akan muncul desain-desain yang cocok untuk dijadikan pagarnya.

---

<sup>2</sup> Deni, Tim Desain di Usaha Stainless Steel Anugrah Mitra mandiri, *Wawancara*, Pekanbaru, 20 Mei 2013



## 2. Harga

Penentuan harga pada usaha stainless steel ini tidak jauh beda dengan penentuan-penentuan harga pada umumnya, yaitu dengan menjumlah secara keseluruhan biaya-biaya mulai dari biaya dasar sampai ke biaya operasionalnya.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik usaha (Bapak Efendi Jafri) yaitu:

”Harga pun salah satu yang menjadi perhatian konsumen, begitu juga dengan penentuan harga yang dilakukan oleh produsen tergantung pada bahan dasar harga, kualitasnya serta biaya operasionalnya. Apabila bahan dasar naik dan biaya-biaya naik maka harga jual juga akan naik”.<sup>3</sup>

**TABEL IV.2**  
**Harga yang di Tawarkan Kisaran**

No	Jenis Barang	Harga (Rp)
1	Kanopi	Rp. 400.000
2	Pagar	Rp. 600.000 – Rp. 2.500.000
3	Pegangan Tangga	Rp. 350.000 – Rp. 800.000
4	Tiang infus	Rp. 400.000
5	Gerobak makan rumah sakit	Rp. 2.500.000
6	Pembatas shaf masjid	Rp. 1.700.000

Sumber : Wawancara kepada Pemilik usaha Stainless Steel Anugrah Mitra Mandiri.

Salah satu yang menjadi keunggulan sebuah produk adalah harga dan kualitas atau keunikan yang tidak dimiliki oleh usaha sejenis lainnya, karena apabila dalam usaha tersebut tidak memiliki nilai lebih dalam hal kualitas, pelayanan dan yang lainnya, maka akan tersingkir oleh pesaing-pesaing baru yang lebih memiliki nilai lebih dari usahanya.

Untuk memuaskan konsumen dalam menikmati hasil produksi usaha, maka sudah barang tentu sebuah perusahaan akan melaksanakan evaluasi produk

---

<sup>3</sup> Efendi Jefri, Pemilik Usaha Stainless Steel Anugrah Mitra mandiri, *Wawancara*, Pekanbaru, 18 Mei 2013.

untuk meningkatkan pangsa pasar. Produk yang mempunyai keunggulan diatas produk lainnya dengan mengindahkan harga pasar, maka produk tersebut yang akan menguasai pangsa pasar.

### 3. Pangsa Pasar

Kreativitas yang dilakukan pada usaha stainless steel agar produknya dapat masuk dan memiliki keunggulan bersaing dipasar untuk mencapai tujuan usaha dengan cara melakukan analisis pasar.

Sebagaimana yang telah di ungkapkan oleh bapak Efendi Jafri bahwa:

“Adapun analisis pasar yang saya lakukan diantaranya mempelajari potensi konsumen, mempelajari tingkat harga jual dipasaran serta mempelajari kelemahan dan kekuatan produk stainless steel yang menjadi pesaing bagi usaha saya. Untuk itu saya dituntut berpikir keras dalam mengembangkan ide atau gagasan berkaitan dengan usaha stainless steel agar dapat masuk dan merebut peluang pasar yang ada”<sup>4</sup>.

Pada usaha stainless steel di Anugrah Mitra Mandiri untuk bisa bersaing mereka harus mampu membaca situasi atau kondisi pasar yang ada. Sehingga timbul ide-ide untuk menciptakan produk sesuai dengan potensi konsumen dalam mengembangkan ide.

Usaha stainless steel di Anugrah Mitra Mandiri mengawali aktivitas usahanya dari memproduksi stainless steel seperti tangga dan pagar dengan menjual produknya ke pasar.

Sebagaimana yang diungkapkan oleh bapak Efendi Japri saat di wawancarai oleh peneliti yaitu:

“Pasar yang telah dituju hanya daerah terdekat saja hanya daerah pekanbaru saja. Akan tetapi, semenjak usaha saya mulai berkembang pesat

---

<sup>4</sup> Efendi Jefri, Pemilik Usaha Stainless Steel Anugrah Mitra mandiri, *Wawancara*, Pekanbaru, 18 Mei 2013

karena saya dan para karyawan yang profesional dalam artian kami lebih kreatif maka dari bulan ke bulan serta tahun ke tahun semakin ada peningkatan daerah yang dituju adalah daerah riau dan sumatra barat. Maka dari itu saya dan para karyawan saya tidak gampang putus asa dan disiplin waktu”<sup>5</sup>.

Dengan berkembangnya usaha stainless steel di Anugrah Mitra Mandiri maka daerah pemasaran produk mengalami perluasan tidak hanya melayani konsumen yang ada di wilayah Pekanbaru saja melainkan seluruh wilayah Riau dan juga wilayah Sumatra Barat. Pemilik usaha dan karyawan usaha stainless steel tidak berhenti berkreasi dalam menciptakan produk yang unik serta memahami segmentasi pasar yang dituju.

Pemilik usaha selalu memotivasi para karyawannya untuk memiliki orientasi terhadap konsumen dengan cara memberikan pencitraan yang positif terhadap produk-produk usahanya, sehingga dapat memberikan kepuasan lebih kepada konsumen. Oleh karena itu semua hubungan dengan pelanggan menuntut perilaku saya dan para karyawan untuk sopan dan menghargai pendapat dari konsumen.

Maka seorang wirausaha yang memiliki kreativitas selalu memiliki sikap yang optimis, sehingga muncul dalam dirinya kesungguhan tekad dalam berusaha dan menjadi pendorong disaat menemui kegagalan serta gunakan semua potensi yang kita miliki.

Usaha stainless steel di Anugrah Mitra Mandiri banyak membuat produk untuk pihak rumah sakit, kampus-kampus, masjid-masjid, rumah-rumah pribadi

---

<sup>5</sup> Efendi Jefri, Pemilik Usaha Stainless Steel Anugrah Mitra mandiri, *Wawancara*, Pekanbaru, 18 Mei 2013

dan ruko-ruko. Biasanya orang yang memesan dilakukan dengan secara langsung datang ke tempat usaha dan mereka pesan secara langsung.

#### 4. Promosi

Agar pemasaran dapat diterima konsumen maka dilakukan suatu kegiatan promosi yang dapat membuat konsumen tertarik sehingga berkeinginan untuk membeli produk tersebut.

Dalam kaitannya dengan peluang Pemasaran produk pada usaha stainless steel di Anugrah Mitra Mandiri Pekanbaru, dari hasil wawancara dengan pemilik usaha dapat diuraikan sebagai berikut oleh Bapak Hendra:

“Dari paparan wawancara model kegiatan promosi dengan cara penyebaran brosur, mulut ke mulut, menawarkan kepada masyarakat secara langsung dengan sistem door to door dan juga menggunakan kartu nama pemilik usaha stainless steel anugrah mitra mandiri”.<sup>6</sup>

Tujuan usaha stainless steel di Anugrah Mitra Mandiri ini hanya dapat dicapai melalui usahanya dalam meningkatkan keuntungan. Usaha ini dilakukan dengan cara meningkatkan produk- produk usahanya serta menguasai pasar. Oleh karena itu pemilik usaha stainless steel di anugrah mitra mandiri melakukan strategi yang handal untuk dapat menggunakan peluang yang ada dalam pemasaran produk sehingga posisi penjualan terhadap produk usaha dipasar dapat ditingkatkan. Kondisi pasar yang perlu diperhatikan adalah jenis pasarnya, kelompok pembeli atau segmen pasarnya, daya belinya serta keinginan dan kebutuhan konsumen.

---

<sup>6</sup> Hendra, Tim Pemasaran Usaha Stainless Steel Anugrah Mitra mandiri, *Wawancara*, Pekanbaru, 21 Mei 2013.

Antara produk dan promosi tidak dapat dipisahkan, karena saling membantu memberikan konstribusi dalam rangka keberhasilan penjualan harus ada keseimbangan, produk yang baik yang sesuai dengan kebutuhan konsumen, diikuti dengan teknik dan sarana promosi yang tepat sehingga diharapkan untuk membantu keberhasilan pemasaran.

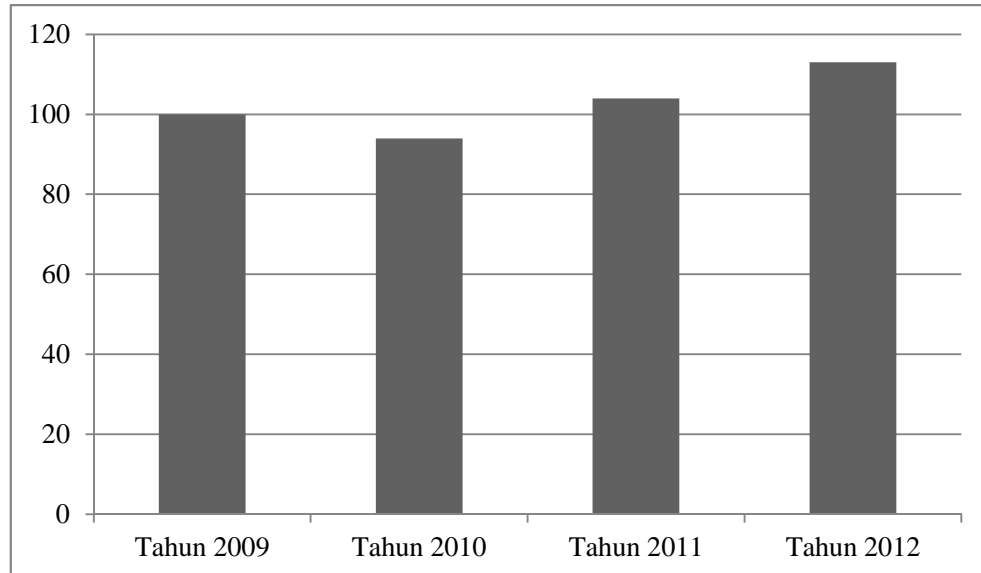
Dapat dilihat dari tabel omzet penjualan IV.3 dan grafik volume penjualan pada gambar IV.1. bahwa dengan diterapkannya bauran pemasaran maka hasil omzet penjualan produk usaha Stainles Steel di Anugrah Mitra Mandiri Pekanbaru dari tahun ke tahun mengalami peningkatan.

**TABEL IV.3**  
**Omzet Penjualan Produk Stainles Steel di Anugrah Mitra Mandiri Per Unit**

<b>No</b>	<b>Nama Produk Stainles Steel</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>
1	Kanopi / Atap Kanopi	11	9	15	10
2	Pembatas Shaf Masjid	10	5	10	13
3	Talang air Stainles Steel	5	6	8	7
4	Dudukan Baptap	5	4	7	5
5	Tiang infus Stainles Steel	19	22	21	20
6	Tangga	7	9	8	4
7	Railing/pegangan Tangga	18	15	15	17
8	Gerobak makan rumah sakit	10	7	8	18
9	Pagar	15	17	12	19
<b>Jumlah</b>		<b>100</b>	<b>94</b>	<b>104</b>	<b>113</b>

Sumber : Dokumentasi Milik Usaha Stainles Steel.

**GAMBAR IV.1**  
**Volume Penjualan dari Tahun Ke Tahun**



Dari Tabel dan gambar grafik diatas dapat diketahui bahwa dengan memperhatikan data omzet penjualan tersebut maka hasil pemasaran suatu produk menunjukkan peningkatan yang relatif baik, sehingga dapat memenuhi kebutuhan dan Pemuasan konsumen. Kondisi omzet penjualan ini dimungkinkan karena adanya kreativitas wirausaha/pemilik usaha dalam upaya meningkatkan dan mengembangkan kegiatan usahanya serta sebagai peluang untuk memasarkan produk dipasaran yang sesuai dengan bauran pemasaran.

#### **B. Faktor Pendukung dan Faktor Penghambat Usaha Stainles Steel di Anugrah Mitra Mandiri Pekanbaru.**

Pada umumnya setiap usaha tidak selalu berjalan secara optimal atau mengalami kemajuan sebab ada beberapa hal yang menyebabkan usaha tidak bisa terlaksana dengan baik dan dalam proses penjualan atau memasarkan produk tidak lepas dari faktor pendukung dan faktor penghambat. Berdasarkan hasil wawancara

peneliti dengan pemilik usaha yaitu Bapak Efendi Jafri dalam usaha yang dialami selama ini terdapat beberapa hal mengenai faktor pendukung dan faktor penghambat yaitu:

1. Faktor Pendukung

- a. Modal usaha milik sendiri.

Usaha Stainles Steel merupakan usaha perorangan yang seluruh modalnya milik sendiri hanya berasal dari satu orang yaitu bapak Efendi Jafri sebagai pemilik usaha. Agar mampu menghasilkan laba dan tujuan dari usaha stainles steel tersebut.

- b. Kreativitas produk stainles steel yang bervariasi.

Keunggulan yang ditawarkan pada Usaha Stainles Steel di Anugrah Mitra Mandiri Pekanbaru adalah keunggulan produk. Keunggulan produk stainles steel ini memiliki nilai kreativitas dan kualitas yang bagus dan membuat produk bervariasi serta sesuai dengan kebutuhan, selera dan daya beli konsumen.

- c. Tersedianya tenaga kerja yang cukup dan direkrut dari lingkungan keluarga.

Keberhasilan Usaha Stainles Steel sangat ditentukan oleh kondisi tenaga kerja yang profesional/memiliki keahlian dan adanya tenaga kerja yang cukup. Pemilik Usaha Stainles Steel merekrut tenaga kerjanya dari lingkungan keluarga yang memang sudah profesional/memiliki keahlian untuk melakukan kerjasama. Melalui kerjasama tersebut Usaha Stainles Steel tidak perlu lagi melatih tenaga kerja yang baru dan perekrutan tersebut memudahkan dalam membuat produk dapat memberikan kekuatan/peningkatan bagi usaha stainles steel.

d. Teknologi dalam proses produksi yang mendukung.

Dengan adanya teknologi yang mendukung agar dapat mengembangkan usaha dan memanfaatkan inovasi serta usaha Stainles Steel merencanakan perkembangan produk baru atau perbaikan produk yang telah ada untuk peningkatan proses produksi dan peningkatan pemasaran.

e. Kelancaran dalam informasi dan komunikasi dengan para pelanggan.

Usaha Stainles Steel banyak cara untuk mempromosikan produknya seperti: penyebaran brosur, mulut ke mulut, menawarkan kepada masyarakat secara langsung dengan sistem door to door dan juga menggunakan kartu nama pemilik usaha stainless steel Anugrah Mitra Mandiri. Sehingga memperlancar dalam informasi dan komunikasi dengan para pelanggan.

## 2. Faktor-Faktor Penghambat

a. Kesulitan dalam mencari bahan Baku staines steel untuk di produksi

Bahan baku staines steel ini sulit didapat dipekanbaru, biasanya Usaha Staines Steel di Anugrah Mitra Mandiri membeli bahan baku tersebut dari luar kota seperti dijakarta dan medan dengan menggunakan uang dolar.

b. Sarana dan Prasarana

Usaha Staines Steel ini berusaha untuk menjangkau konsumennya dimanapun berada. Namun dalam sarana dan prasarana masih membutuhkan proses perbaikan, karena sarana kegiatan pendistribusian produk yang dilakukan oleh usaha staines steel kurang didukung oleh fasilitas transportasi yang baik. Saluran distribusi produk untuk menyalurkan barang dari tangan produsen ke konsumen masih menggunakan transportasi sewaan.



c. Kondisi Konsumen

Adapun kondisi konsumen masih tergolong kepada golongan menengah ke atas sehingga dalam proses distribusi sulit untuk bisa memasuki golongan menengah kebawah.

d. Sistem Pembayaran.

Sifat penjualan produk berdasarkan order (pesanan) dengan sistem pembayaran bertahap. Sehingga untuk membeli bahan baku pemilik masih mengalami hambatan.

Untuk mengatasi faktor penghambat yang dilakukan oleh usaha stainless steel di Anugrah Mitra mandiri, terdapat upaya-upaya yang dilakukan sehingga kemungkinan menghambat kecil dan untuk mengatasi hal itu semua, usaha stainless steel di Anugrah Mitra Mandiri lebih cenderung menggunakan penerepan produk yang lebih menonjol tentang desain kualitas. Produk yang ada di pasar mengakibatkan adanya perbedaan produk sehingga konsumen semakin memperhatikan harga dan memilih tingkat kualitas yang akan mendukung posisi produk dipasar sasaran.

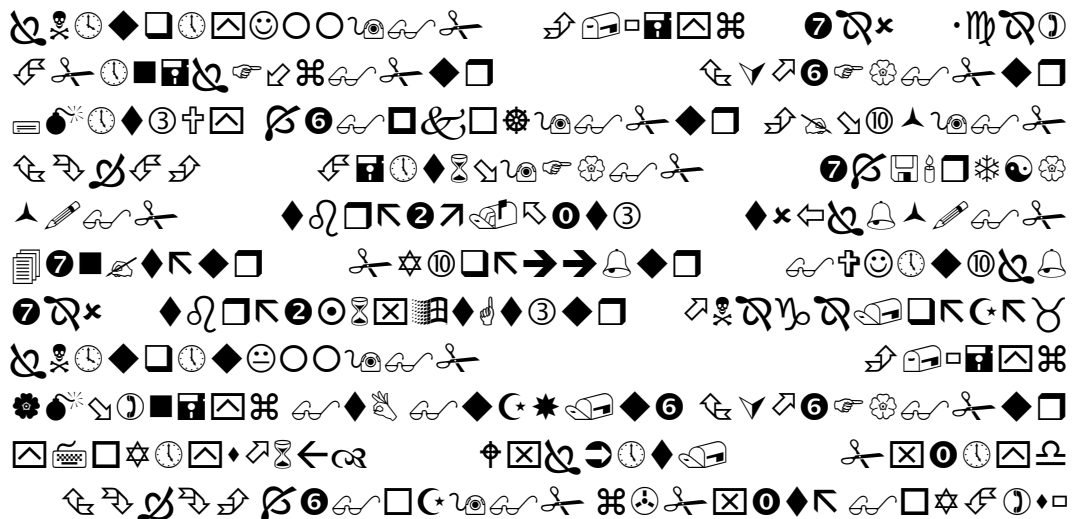
**C. Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Kreativitas Produk Wirausaha Dalam Upaya Meningkatkan Pemasaran pada Usaha Stainless Steel di Anugrah Mitra Mandiri Pekanbaru**

Segala sumber daya alam ditundukkan Allah untuk diserahkan pengelolaannya kepada manusia.<sup>7</sup> Manusia dituntut untuk dapat mengolah segala apa yang ada di langit dan bumi dengan cara yang baik untuk memenuhi

---

<sup>7</sup> M. Sholahuddin, *Asas – Asas Ekonomi Islam*, (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2007), h. 26

kebutuhan hidup mereka dengan jalan bekerja. Tujuan dari Kreativitas yaitu berusaha mencari tahu apa makna dari fenomena yang nampak. Sikap itu sesuai dengan firman Allah SWT Ali-Imran Ayat 190-191.



Artinya : “Sesungguhnya dalam penciptaan langit dan bumi, dan silih bergantinya malam dan siang terdapat tanda-tanda bagi orang-orang yang berakal, (yaitu) orang-orang yang mengingat Allah sambil berdiri atau duduk atau dalam keadan berbaring dan mereka memikirkan tentang penciptaan langit dan bumi (seraya berkata): "Ya Tuhan kami, tiadalah Engkau menciptakan Ini dengan sia-sia, Maha Suci Engkau, Maka peliharalah kami dari siksa neraka”.

Maksud dari ayat atas adalah bahwa Allah dalam menciptakan segala sesuatu bukanlah sia-sia melainkan ada maksud dan tujuannya agar manusia berfikir dalam melakukan tindakan-tindakan. Ayat ini sangat berkaitan dengan tujuan kreativitas terutama tentang kecerdasan seseorang. Seseorang harus mampu memahami cara yang baik dalam membuat ide baru.

Tinjauan ekonomi Islam terhadap kreativitas produk wirausaha dalam upaya meningkatkan pemasaran pada usaha stainless steel di Anugrah Mitra Mandiri Pekanbaru meliputi beberapa hal diantaranya:

1. Produk

Proses pembuatan produk yang dilakukan oleh pemilik/pimpinan usaha stainless steel sehari-hari merupakan proses untuk memproduksi hasil pengolahan stainless steel menjadi sebuah karya yang kreatif. Seperti, kanopi, pegangan tangga, pagar, tiang infus, tempat makan orang sakit, pembatas shaf masjid dan kebutuhan konsumen lainnya.

Ada bagian-bagian produk yang harus diketahui untuk meningkatkan produk yang akan dipasarkan diantaranya: kualitas produk, model-model produk, harga, pelayanan, promosi serta pesanan (order). Hasil dari produk tersebut dapat memenuhi keinginan konsumen.

Dalam produksinya usaha stainless steel di Anugrah Mitra Mandiri mampu membuat beberapa variasi produk yang sesuai dengan keinginan konsumen. Untuk menjaga kualitas produk stainless steel dalam wawancara kepada bapak Efendi Jafri mengungkapkan bahwa: “Dalam menjaga kualitas produk kami harus selalu menemukan ide-ide baru untuk dapat membuat desain model agar mampu meningkatkan pemasaran produk”.<sup>8</sup>

Agar kualitas produk terjaga maka dibutuhkan ide kreatif dalam membuat desain model produk pada usaha stainless steel. Sehingga dengan adanya desain yang sempurna dapat menarik perhatian konsumen dan meningkatkan pemasaran produk.

Produk adalah hasil dari produksi yang mana nantinya produk tersebut dapat memenuhi kebutuhan manusia. Dalam produksinya usaha stainless steel mampu memproduksi hasil produk stainless steel menjadi bermacam-macam

---

<sup>8</sup> Efendi Jefri, Pemilik Usaha Stainless Steel Anugrah Mitra mandiri, *Wawancara*, Pekanbaru, 18 Mei 2013.

Suatu produk akan bermanfaat apabila proses produksinya benar dan baik. Adapun metode yang dapat digunakan agar proses produksi benar dan baik, menurut Al-Quran, sesuai petunjuk dalam QS. Al-An'am ayat 143.

Artinya: “Terangkanlah kepadaku dengan berdasar pengetahuan jika memang orang-orang yang benar”.

Islam memprioritaskan kualitas dan manfaat untuk barang produk yang akan menjadi kebutuhan masyarakat, dengan harapan dapat terjalin hubungan yang baik dan kepuasan yang seimbang antara produsen dan konsumen.

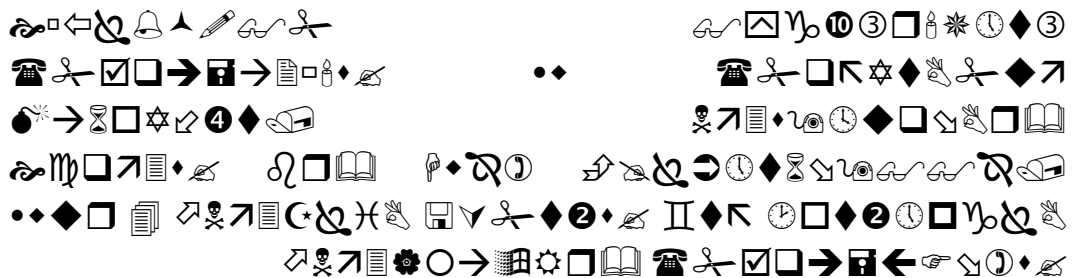
Dalam hal ini penerapan yang dilakukan oleh usaha stainless steel di Anugrah Mitra Mandiri Pekanbaru sesuai dengan syariah Islam. Hal ini dapat dilihat dari cara pemilik usaha stainless steel dalam menjaga kualitas produknya. Akan tetapi produksi stainless steel ini belum mampu dalam memaksimalkan kualitas produk seperti pesanan (order) tidak sepenuhnya dapat memenuhi

permintaan konsumen. Karena sifat penjualan produk berdasarkan atas pesanan (order) dengan sistem pembayaran bertahap.

## 2. Harga

Penentuan harga yang dilakukan oleh wirausahawan di Anugrah Mitra Mandiri Pekanbaru tergantung pada bahan dasar harga dan kualitasnya serta biaya operasional yang akan dikeluarkan untuk penjualan stainless steel. Apabila bahan dasar naik dan biaya-biaya naik maka harga jual produk stainless steel juga ikut naik.

Di dalam Al-Quran Allah SWT berfirman dalam surat An-Nisa' ayat 29:



Artinya: *“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu”*.

Dalam hal ini penentuan harga yang dilakukan oleh pemilik usaha Stainless steel di Anugrah Mitra Mandiri Pekanbaru sudah cukup baik. Hanya saja pemilik usaha stainless steel harus menerapkan strategi periode pembayaran. Strategi periode pembayaran belum dilakukan secara riil (nyata) oleh pemilik usaha stainless steel. Meskipun dalam penerapannya memerlukan modal yang besar

kerena uangnya berjalan bertahap, strategi ini mampu memberi pertimbangan yang cukup untuk mendapatkan pelanggan yang lebih banyak.

### 3. Pangsa Pasar

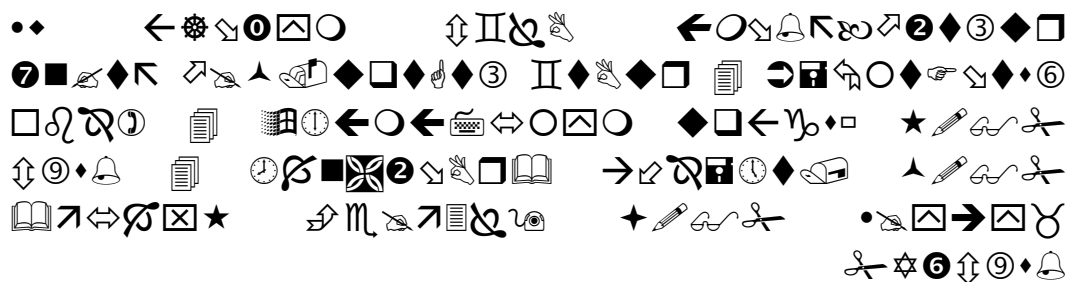
Pemasaran hasil produksi memegang peranan yang sangat penting dalam merealisasikan tujuan usaha karena dengan meluasnya daerah pemasaran akan membawa kemungkinan berkembangnya suatu usaha. Dalam hal ini daerah-daerah distribusi/tempat penjualan hasil produksi usaha stainless steel di Anugrah Mitra Mandiri sampai saat ini meliputi daerah Riau hampir menyeluruh dan Sumatra Barat serta menghasilkan beranekaragamnya produk yang ditawarkan pada konsumen kalangan menengah keatas. Nabi Muhammad SAW mencontohkan sebuah proses distribusi harus sesuai dengan peraturan yang telah disepakati bersama dan tidak ada pihak yang dirugikan.

Di dalam persaingan untuk memperebutkan pangsa pasar pada usaha stainless steel di anugrah mitra mandiri tidak jauh perbedaannya dengan bidang usaha yang lain. Dengan meningkatnya kompetisi produk dan jasa di pasar akan memberi tekanan yang semakin kuat dalam persaingan. Dalam hal ini usaha stainless steel juga dituntut untuk mempunyai keunggulan kreativitas dalam memproduksi barang.

Usaha stainless steel dalam menentukan distribusi atau tempat dalam memasarkan produknya masih ada beberapa faktor yang belum dikembangkan dan berjalan maksimal diantaranya: transportasi yang belum memadai dan sering menghambat kelangsungan proses distribusi dan seharusnya usaha ini dapat

diperluas lagi ke beberapa daerah serta menawarkan produk ke semua kalangan masyarakat.

Saat ini, di tengah kondisi persaingan yang semakin ketat, perusahaan-perusahaan kecil tidak dapat berkembang secara maksimal dan mengikuti perkembangan zaman yang sangat cepat. Fenomena tersebut dapat di landaskan pada Al-Quran surat Ath-Thalaaq ayat 3.



Artinya: “Dan memberinya rezki dari arah yang tiada disangka-sangkanya. dan barangsiapa yang bertawakkal kepada Allah niscaya Allah akan mencukupkan keperluannya. Sesungguhnya Allah melaksanakan urusan yang dikehendakiNya. Sesungguhnya Allah Telah mengadakan ketentuan bagi tiap-tiap sesuatu”.

Dari ayat di atas dapat dijelaskan bahwa rizki akan datang secara tidak disangka-sangka dan barang siapa yang mau berusaha maka Allah SWT akan mencukupkan apa yang hamba-Nya butuhkan. Kalau kita masukkan dalam teori pemasaran, dapat kita jelaskan bahwa pada saat ini pemasaran atau jual beli banyak memiliki konsep yang berbeda-beda. Dengan berkembangnya masyarakat kita yang semakin banyak, pemasar menyadari bahwa tujuan utama pemasaran bukan lagi sebatas pertukaran tetapi pemasaran saat ini adalah terciptanya hubungan yang saling menguntungkan antara perusahaan dan pelanggan.

Usaha yang dijalankan oleh pemilik usaha stainless steel adalah usaha yang baik dan sejalan syariat Islam, karena dilakukan dengan niat dan cara yang baik dan

usaha ini juga berdampak positif bagi masyarakat. Bahan dasar yang digunakan dalam proses pembuatan produk stainless steel juga di dapatkan dengan cara yang halal dengan cara membeli/memesan langsung ke toko. Begitu juga dalam proses pemasarannya, usaha stainless steel melakukan promosi yang menawarkan produk secara langsung ke masyarakat dengan sistem door to door agar tidak ada unsur penipuan dan juga selalu menyatakan dengan jujur tentang kualitas produk mereka. Disamping itu usaha stainless steel menghasilkan kreativitas produk yang bervariasi dalam meningkatkan pemasaran. Sehingga menurut penulis usaha stainless steel di Anugrah Mitra Mandiri ini telah sesuai dengan prinsip ekonomi Islam.

#### 4. Promosi

Promosi yang dilakukan oleh usaha stainless steel di Anugrah Mitra Mandiri dengan cara penyebaran brosur, mulut ke mulut, menawarkan kepada masyarakat secara langsung dengan sistem door to door dan juga menggunakan kartu nama pemilik yang merupakan media dan sangat berpengaruh dalam pemasaran usaha stainless steel Anugrah Mitra Mandiri.

Promosi dalam tinjauan syariah harus sesuai dengan kebenaran, keadilan dan kejujuran kepada masyarakat. Segala informasi yang terkait dengan produk harus diberitahukan secara transparan dan terbuka sehingga tidak ada potensi unsur penipuan dan kecurangan dalam melakukan promosi. Dalam hal ini sering terjadi perbuatan negatif yang menjadi kebiasaan seperti sifat orang yang banyak



berbicara dan banyak bohongnya dalam berbisnis ini sungguh tidak sejalan dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam.<sup>9</sup>

Salah satu hal yang harus dijadikan landasan dasar oleh para pengusaha dalam melaksanakan profesinya adalah mengamalkan ajaran Islam, dalam segala urusan muamalah adalah sesuai dengan kaedah fiqh yang artinya hukum asal dalam bentuk semua muamalah boleh dilakukan kecuali ada dalil yang mengharamkannya<sup>10</sup>.

Promosi yang dilakukan oleh usaha stainless steel di Anugrah Mitra Mandiri sudah sesuai dengan tinjauan syariah salah satunya dengan menawarkan kepada masyarakat secara langsung dengan sistem door to door yang lebih menarik masyarakat karena sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen, sehingga tidak ada penipuan terhadap konsumen dan juga termasuk menjaga kualitas yang diinginkan konsumen. Hal ini juga dapat membangun hubungan dengan masyarakat umum agar terjalin hubungan yang baik dengan tujuan memperluas jaringan pemasaran dan pengembangan produksi.

Selain itu usaha stainless steel masih menggunakan sistem pemasaran tradisional karena banyak faktor, diantaranya adanya faktor ekonomi, keterbatasan modal, jaringan bisnis yang belum terbangun, sarana dan prasarana yang kurang.

---

<sup>9</sup> Buchari Alma, *Kewirausahaan*, (Bandung: Alfabeta, 2007), h. 248.

<sup>10</sup> A. Jdazuli, *Kaedah – Kaedah Fiqh*, (Jakarta : Kencana, 2007) Cet. Ke-2, h. 130

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan dari analisis dan hasil penelitian di atas, kajian kreativitas wirausaha dalam upaya meningkatkan pemasaran pada usaha stainless steel di Anugrah Mitra Mandiri Pekanbaru dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Kreativitas Wirausaha Dalam Mendapatkan Peluang Pemasaran Produk Stainless Steel di Anugrah Mitra Mandiri Pekanbaru berdasarkan penerapan bauran pemasaran bahwa produk yang dihasilkan bervariasi sesuai dengan kebutuhan konsumen meliputi kanopi, pagar, pegangan tangga, tiang infus, gerobak makan rumah sakit dan pembatas shaf masjid serta kemampuan daya beli konsumen. Dalam penentuan harga dilakukan dengan menjumlahkan secara keseluruhan biaya mulai dari biaya dasar bahan baku sampai ke biaya operasionalnya. Kondisi pasar di dalam saluran distribusi meliputi daerah Riau dan Sumatera Barat dengan sasaran seperti rumah sakit, kampus-kampus, masjid ruko dan rumah pribadi. Promosi yang dilakukan masih sederhana dengan melihat peluang yang ada. Dengan diterapkan bauran pemasaran dapat dilihat pada hasil volume penjualan yang terus meningkat setiap tahunnya.
2. Faktor Pendukung Usaha Stainless Steel di Anugrah Mitra Mandiri Pekanbaru adalah modal milik sendiri, kreativitas produk stainless steel yang bervariasi tersedianya tenaga kerja yang cukup dan direkrut dari lingkungan keluarga, teknologi dalam proses produksi yang mendukung, Kelancaran dalam

informasi dan komunikasi dengan para pelanggan. Sedangkan faktor penghambatnya adalah kesulitan dalam mencari bahan baku, sarana dan prasarana yang sulit, kondisi konsumen, dan sistem pembayaran yang bertahap.

3. Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Kreativitas Produk Wirausaha Dalam Upaya Meningkatkan Pemasaran pada Usaha Stainles Steel di Anugrah Mitra Mandiri Pekanbaru adalah Penerapan produk yang sesuai dengan syariah dengan menjaga kualitas produknya, walaupun didalam kualitas produk belum maksimal, seperti pesanan tidak sepenuhnya dapat memenuhi permintaan konsumen. Penentuan harga yang dilakukan belum maksimal harus menerapkan strategi periode pembayaran. Usaha stainles steel dalam menentukan distribusi/tempat dalam memasarkan produknya belum berjalan maksimal karena transportasi yang belum memadai. Promosi Yang dilakukan oleh usaha stainles steel sudah sesuai dengan tinjauan syariah yang menawarkan kepada masyarakat secara langsung dengan sistem door to door sehingga tidak ada unsur penipuan terhadap konsumen.

## **B. Saran**

Untuk meningkatkan kreativitas wirausaha pada usaha stainles steel di Anugrah Mitra Mandiri Pekanbaru. Ada beberapa saran dari penulis antara lain:

1. Perlu meningkatkan kreativitas dalam mendesain model agar produk stainles steel memiliki banyak variasi model.
2. Dalam memasarkan produk, selayaknya tetap memakai kaidah-kaidah syariat Islam yang baik.

3. Promosi perlu ditingkatkan lagi dengan jalan memperkuat jaringan bisnis.
4. Untuk usaha stainless steel supaya segera mengizinkan usahanya, agar terhindar dari resiko-resiko yang bakal terjadi.

Demikian saran dari penulis yang dapat diberikan pada penelitian ini, khususnya pada usaha Stainless Steel di Anugrah Mitra Mandiri untuk dapat meningkatkan Kreativitas produksinya lebih baik lagi serta meningkatkan pemasarannya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Aziz, Abdul Rauf, & Al-Hafiz, *Mushaf Al-Qur'an Terjemahan Edisi tahun 2002*, Jakarta: Al-Huda, 2005.
- Adi Sutanto, *Kewiraswastaan*, Malang : PT. Ghalia Indonesia, 2000.
- Agus Wibowo, *Pendidikan Kewirausahaan Konsep dan Strategi*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2011.
- A. Jdazuli, *Kaedah – Kaedah Fiqh*, Jakarta : Kencana, 2007.
- Buchari Alma, *Kewirausahaan*, Bandung: Alfabeta, 2007.
- Daryanto, *Pendidikan Kewirausahaan*, Yogyakarta, Gava Media, 2012.
- Geoffrey G. Meredith Et Al. *Kewirausahaan Teori Dan Praktek*, Jakarta: Ppm, 2002.
- Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalat*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2011.
- Hendro, *Dasar-dasar Kewirausahaan*, Jakarta: Erlangga, 2011.
- Kasmir, *Kewirausahaan*, Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2006.
- Kasmir dan Jakfar, *Studi Kelayakan Bisnis*, Jakarta: Kencana, 2009.
- Leonardus saiman, *kewirausahaan Teori,Praktik dan Kasus-Kasus*, Jakarta: Salemba Empat, 2009.
- M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*, Bandung: Alfabeta, 2010.
- M. Ma'ruf Abdullah, *Manajemen Berbasis Syariah*, Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2012
- Muhammad Syafi'I Antonio, *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktik*, Jakarta: Gema Insani, 2001.
- PeterPaul dan Olson Jerry, *Consumer Behavior Perilaku Konsumen Dan Setrategi Pemasaran*, Jakarta: Erlangga, 2000
- Philip Kotler, *Manajememen Pemasaran Analisis Planning and Control*, Jilid II, Jakarta: Erlangga, 1997.

- Po Abas Sunarya, Sudaryono dan Asep Saefullah, *Kewirausahaan*, Yogyakarta: Ahdi, 2011.
- R. Heru Kristanto, *Kewirausahaan Entrepreneurship Pendekatan Manajemen dan Praktik*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009.
- Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Rajawali Pers, 2009.
- Suaryadi dan Purwanto, *Kewirausahaan Membangun Usaha Sukses Sejak Usia Muda*, Jakarta: Salemba Empat, 2007.
- Suryana, *kewirausahaan*, Jakarta: Salemba Empat, 2006.
- Suwarno Tahid Dan Yunia Dwie Nurcahyanie, *Konsep Teknologi Dalam Mengembangkan Produk Industry*, Jakarta: Kencana, 2007.
- Thamrin Abdullah dan Francis Tantri, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2012
- Thomas W.Zimerer, Norman M. Scarborough dan Dongwilson, *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil*, Jakarta: Salemba Empat, 2008
- Yuyus Suryana Dan Kartib Bayu, *Kewirausahawan Pendekatan Karakteristik Wirausahawan Sukses*, Jakarta: Kencana, 2010.

## **WAWANCARA**

1. Bagaimana sejarah singkat usaha bapak?
2. Apa yang menjadi tujuan bapak mendirikan usaha ini?
3. Bagaimana gambaran struktur organisasi usaha bapak?
4. Apa visi dan misi usaha bapak?
5. Bagaimana proses aktivitas usaha bapak?
6. Bagaimana bapak mendapatkan ide kreatif dalam memproduksi barang baru?
7. Bagaimana nilai kreativitas dari hasil produk stainless steel bapak?
8. Dari manakah bahan stainless steel di dapatkan?
9. Bagaimana cara bapak melakukan ide kreatif untuk meningkatkan penjualan?
10. Bagaimana bapak menganalisis pasar agar produk bapak dapat bersaing?
11. Bagaimana proses pemesanan produk bapak?
12. Berapa lama proses pembuatannya?
13. Bagaimana cara menjaga kualitas produk usaha bapak?
14. Dimana saja bapak memasarkan produk?
15. Apakah usaha ini sudah dapat keterangan izin dari pemerintah setempat?
16. Bagaimana aspek bapak dalam mendesain model-model produk?
17. Bagaimana sistem pemasaran yang bapak lakukan?
18. Berapa volume pemasaran yang dihasilkan Tiap Tahun?
19. Berapa harga yang seharusnya ditetapkan untuk dapat bersaing dengan usaha sejenis?
20. Apa sajakah yang menjadi faktor pendukung usaha ini?
21. Apa sajakah yang menjadi faktor penghambat usaha ini?

## **Lampiran 1**

**Gerobak Makan Rumah Sakit**



**Pagar Motif Minimalis**



**Pagar Motif Minimalis Ulir**



**Tangga Motif Bulat Ulir**



**Bahan Baku Stainles Steel**





## Lampiran 2

**Kanopi Minimalis**



**Kanopi Lengkung**



**Tiang Infus**



**Pembatas Shaf masjid**



**Bending**



**Tabung Gas Argon**



### Lampiran 3

**Bor duduk**



**Alat Pemotong**



**Pemilik Usaha, Karyawan & Penliti**



**Kondisi Pemilik usaha & karyawan saat bekerja**

